



UNIVERSIDAD DE SEVILLA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

TRABAJO FIN DE GRADO

“La construcción de la imagen institucional: receptores, mediaciones y discursos.

Propuesta analítica y práctica para la Asociación de Scouts de Sevilla.”

Autora:

María Dolores García Carrasco

Tutor:

Manuel Antonio Broullón Lozano

Grado en Comunicación Audiovisual

CURSO ACADÉMICO 2015/2016 - CONVOCATORIA DE SEPTIEMBRE

INDICE DE CONTENIDO

1.- Introducción.....	4
2.- Revisión bibliográfica y aproximación a la materia de estudio.....	5
3.- Elección del objeto de estudio.....	9
4.- Formulación de las hipótesis.....	10
5.- Formulación de las preguntas de investigación.....	10
6.- Objetivos de la investigación.....	11
7.- Fundamentos y bases teóricas.....	11
8.- Fundamentos metodológicos.....	13
9.- Elaboración de modelos de aplicación analítica.....	13
10.- Recogida de datos y muestras de estudio.....	17
11.- Análisis y negociación con el objeto formal.....	21
12.- Discusión y presentación de resultados.....	32
13.- Propuesta práctica para la Asociación de Scouts de Sevilla.....	35
14.- Conclusiones.....	75
15.- Referencias bibliográficas.....	78

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: Modelos de aplicación analítica.....	80
Encuesta a emisores.....	80
Encuesta a receptores.....	83
 ANEXO 2: Recogida de datos y muestras de estudio.....	 86
Respuesta de emisores.....	86
Respuesta de receptores.....	104

1. Introducción

Las motivaciones y pretextos que me llevan a realizar esta investigación son fundamentalmente dos. En primer lugar, mi interés por la correlación entre la imagen social y la identidad, por el modo en que ambas se codeterminan cuando se proyectan la una en la otra. Y en segundo lugar, mi relación personal con la Asociación de Scouts de Sevilla, a la cual pertenezco y de la que me he propuesto determinar cuán acertada es su estrategia de comunicación. Desde la perspectiva en la que me encuentro percibo que existe cierto grado de desconocimiento en los agentes externos a Scouts de Sevilla sobre lo que esta asociación pretende ser y hacer. Además, también observo que dicha asociación, pese a ser consciente de su razón de ser, no es capaz de hacerlo visible y de proyectar una imagen adecuada en la sociedad. Por tanto, a pesar de contar con unos valores bien definidos y con multitud de proyectos, estos no llegan a conocerse por parte de los ciudadanos. Esto lleva a cuestionarse la existencia de un estado de opacidad y de confusión en su discurso, el cual Watzlawick lo define como:

la contraimagen de la comunicación. (...) Así como un proceso de comunicación bien logrado consiste en la correcta transmisión de información y ejerce sobre el receptor el efecto apetecido, la confusión es, por el contrario, la consecuencia de una comunicación defectuosa, que deja sumido al receptor en un estado de incertidumbre o de falsa comprensión. (Watzlawick, 1979: 7)

Este estudio surge en torno a una situación en la cual se percibe que la comunicación no está siendo efectiva ya que se está generando distorsión, ruido y distancia entre emisores y receptores. Partiendo de esa base se pretende conocer el sentido de la comunicación como creadora de la realidad y examinar la opinión tanto de la ciudadanía como de los miembros de la Asociación de Scouts de Sevilla. En caso de confirmar que, efectivamente, los discursos y mediaciones transmiten a los receptores una imagen que no se corresponde con la identidad que pretenden generar, se propondrán las líneas básicas de un plan de comunicación que así lo permitiese.

2. Revisión bibliográfica y aproximación a la materia de estudio

A la hora de hacer una aproximación a la imagen social e institucional y a cómo construirla es necesario detenerse a analizar los conceptos de realidad y de imagen. Para ello, se definirá a la realidad desde un enfoque constructivista que nos acerque al entendimiento de la misma como una continua articulación de las formas del sentido en donde los procesos discursivos desempeñan un papel fundamental. Una vez que analicemos esto pasaremos a determinar el lugar que ocupan las imágenes y los discursos en dicha construcción. Por último, concluiremos aproximándonos al estudio de la comunicación institucional corporativa, lo cual nos permitirá identificar los aspectos formales que debe tener un plan de comunicación.

Para entender el concepto de realidad nos basamos en los planteamientos de Edward Sapir, el cual identifica que, al ser el lenguaje el principal medio de expresión de las sociedades, este es el instrumento que permite a los hombres construir su realidad. Esta, al mismo tiempo, somete a los individuos a los hábitos lingüísticos del grupo.

Human beings do not live in the objective world alone, nor alone in the world of social activity as ordinarily understood, but are very much at the mercy of the particular language which has become the medium of expression for their society ... We see and hear and otherwise experience very largely as we do because the language habits of our community predispose certain choices of interpretation. (Sapir, 1929: 207)¹

Desde esta perspectiva, si el uso del lenguaje puede llegar a determinar los fenómenos sociales sería incorrecto pensar que podemos analizar la realidad sin abarcar antes el lenguaje como un componente esencial de la misma. Por otra parte, al contextualizar al lenguaje se habrá de reconocer que este forma parte del proceso en sí, como práctica en sociedad, tal y como defiende Fairclough:

Linguistic phenomena are linguistic, on the other hand, in the sense that the language activity which goes on in social contexts is not merely a reflection or expression of social processes and practices, it is a part of those processes and practices. ... It is not a matter of a symmetrical relationship between language and society as equal facets of a single whole. The whole is society, and language is one strand of the social. And whereas all linguistic phenomena are social, not all social phenomena are linguistic – though even

¹ Los seres humanos no viven solamente en el mundo objetivo, ni en el mundo de la actividad social como generalmente se entiende, sino que están a merced del idioma que ha venido a ser el medio de expresión de su sociedad ... Vemos, oímos

those that are not just linguistic typically have a substantial, and often underestimated, language element.
(Fairclough, 1989: 19)²

Planteada la realidad como una construcción social en la cual el lenguaje tiene un papel fundamental sería apropiado intentar llevar a cabo una interpretación de la misma a través del modelo sociosemiótico de la comunicación que propone Miguel Rodrigo Alsina (1995). Este concibe la misma como un proceso que integra las dos disciplinas, sociología y semiótica. Así se lleva a cabo una representación simplificada de la realidad que por supuesto no aborda todos los elementos que existen en ella y no busca ser omnicomprensiva. Sí pretende hacer una interpretación de la realidad que en este estudio parece adecuado tomar como guía por su carácter interdisciplinar en torno a las dos materias que nos atañen.

La comunicación, para Rodrigo (1995), se entiende como un conjunto de prácticas sociales que se llevan a cabo en tres fases interconectadas: producción, circulación y consumo. La producción se corresponde con la fase de creación del discurso por parte de los *mass media*. En esta fase, las organizaciones productivas crearían sus discursos en torno a tres funciones: informar, educar y entretener. Además aplicarían sus propias estrategias discursivas, que se verían condicionadas por las circunstancias sociales, políticas y económicas. Así se daría lugar a los productos comunicativos. Mediante la intervención tecnológica se facilitaría su difusión y entrarían en el ecosistema comunicativo de los *mass media*. La circulación, por tanto, acontece cuando el discurso entra en el mercado competitivo. En la fase del consumo hay multitud de elementos que se deben tener en cuenta y que son previos a la comunicación. Se pueden agrupar en: contexto, circunstancia y competencia. Dentro de estos encontramos el momento histórico y cultural de la sociedad, las situaciones concretas de consumo de la comunicación, y los conocimientos y aptitudes necesarios para que el individuo tenga acceso a los diferentes sistemas semióticos que están a su alcance. Se debe tener en cuenta que la interpretación que cada individuo hace, aunque condicionada por la intención del discurso mediático, es individual y se realiza a través de un proceso de negociación de los significados propuestos. Por último, se producirían los efectos de la reacción, es decir, la interpretación causaría en los sujetos unos efectos cognitivos y emotivos que darían lugar a un cambio en la conducta. Estos efectos, además, pueden ser individuales, grupales, institucionales y/o de la opinión pública.

² Los fenómenos lingüísticos son lingüísticos, por otra parte, en el sentido en el que la actividad lingüística que tiene lugar en los contextos sociales no es un mero reflejo o expresión de los procesos y prácticas sociales, sino parte intrínseca de los mismos. No se trata de una relación simétrica entre lengua y sociedad como dos caras de un mismo todo. El todo es la sociedad, y la lengua es un aspecto de lo social. Y mientras que todo fenómeno lingüístico es social, no todo fenómeno social es lingüístico – aunque aquello que no es sólo lingüístico normalmente tiene un carácter lingüístico substancial frecuentemente subestimado. (Fairclough, 1989: 19)

De acuerdo con lo expuesto anteriormente, realizaremos a continuación un acercamiento al concepto de imagen y a los diferentes tipos de imágenes que hacen posible la construcción de las identidades a través de los discursos. Comenzaremos por situarnos desde la teoría del signo de Ferdinand de Saussure, desde su principio inmanente y su estructura biplanar establecida entre un significante o imagen acústica y un significado o imagen mental. La primera hace referencia a la huella acústica/energética/material/sonora del signo, mientras que la segunda es el concepto, el correlato mental del significante, de lo que se desprende el principio de arbitrariedad, el cual implica que la relación entre significante y significado es convencional y por tanto podría ser también cambiante. De esta forma podríamos reafirmarnos en que el lenguaje es el modo “de alterar las convenciones del sistema conforme los actos individuales de estilo triunfan y se generalizan” (Saussure, 1945: 16).

Hasta ahora solo hemos estado refiriéndonos al signo lingüístico. Es necesario indicar que existen signos no lingüísticos que remiten a la realidad sin pasar por la lengua necesariamente. Sería interesante citar a W J T Mitchell (1984), experto en iconología crítica que abarca la cuestión desde la teoría de la imagen. Este detecta la diferencia de intereses entre las representaciones de la realidad que nos ofrecen tanto los sistemas de significación lingüísticos como los pictóricos y defiende la importancia no de buscar que ambas convivan en armonía, si no de encontrar los intereses y poderes por los que ambos se mueven. Además, señala el hecho de que creamos el mundo a partir del diálogo entre las representaciones verbales y pictóricas, por tanto, no es cuestión de pretender asaltar y comprender la realidad misma, si no de ver que lo natural es parte ya de la conversación.

What are we to make of this contest between the interests of verbal and pictorial representation? I propose that we historicize it, and treat it, not as a matter for peaceful settlement under the terms of some all embracing theory of signs, but as a struggle that carries the fundamental contradictions of our culture into the heart of theoretical discourse itself. The point, then, is not to heal the split between words and images, but to see what interests and powers it serves. This view can only be had, of course, from a standpoint which begins with skepticism about the adequacy of any particular theory of the relation of words and images, but which also preserves an intuitive conviction that there is some difference that is fundamental. It seems to me that Lessing, for instance, is absolutely right insofar as he regards poetry and painting as radically different modes of representation, but that his "mistake" (which theory still participates in) is the reification of this difference in terms of analogous oppositions like nature and culture, space and time. [...] Chief among these uses would be, on the one hand, a renewed respect for the eloquence of images, and on the other hand, a renewed faith in the realism of language, a sense that discourse does project worlds and states of affairs that can be pictured concretely and tested against other representations. Perhaps the redemption of the imagination lies in accepting the fact that we create much of our world out of the dialogue between verbal and pictorial representations, and that our task is not to renounce this dialogue in favor of a direct

assault on nature, but to see that nature is already part of the conversation. (Mitchell, 1984: 530)³

Llegados a este punto podemos concluir en que la imagen es la base del pensamiento lingüístico. Siendo el lenguaje el principal medio de expresión de las sociedades, determinamos que según como se articulen estas imágenes, así se construirán los discursos sociales y, por tanto, así se modificará la imagen social dentro de su entorno. Es preciso señalar que esa imagen social no consta únicamente de significantes ya que tiene una doble dimensión, como indicaba la teoría de Saussure. La imagen social hace referencia al imaginario colectivo, es decir, a la imagen mental que se suscita inconscientemente aludiendo a una serie de atributos. Por tanto, no nos referimos únicamente a elementos pictóricos concretos como el logo o las fotografías. En palabras de Joan Costa, “la imagen es la resultante de múltiples y diversos mensajes que, acumulados en la memoria colectiva, configuran una globalidad significativa capaz de influir en los comportamientos y determinarlos” (Cervera 2006: 35).

Dicho esto, llegamos a la conclusión provisional de que, gracias a la convencionalidad mediante la cual se articula la imagen social, la realidad se construirá constantemente a través de un proceso comunicativo continuo. De este modo, llevar a cabo una serie de modificaciones en las mediaciones y, por tanto, en los discursos y prácticas, haría posible la mejora en un problema de comunicación intencional defectuosa. Tanto es así que este estudio pretende proponer un plan de comunicación con esas modificaciones que permitirían la alteración de la imagen institucional de Scouts de Sevilla.

Chaves define la imagen institucional como “la lectura pública de una institución, la interpretación que la sociedad o cada uno de sus grupos, sectores o colectivos, tiene o construye de modo intencional o espontáneo” (Chaves, 1988: 26). Esta se basaría en el mensaje recibido,

³ ¿Qué hacer respecto a este conflicto de intereses entre representaciones verbales y pictóricas? Yo propongo que lo historicemos y tratemos no como una cuestión hacia un acuerdo pacífico bajo los términos de una teoría integradora de signos, sino como una lucha que acarrea las contradicciones fundamentales de nuestra cultura en el corazón del discurso teórico por sí mismo. La cuestión, entonces, no es sanar la división entre palabras e imágenes, sino ver los intereses y poderes a los que éstas sirven. Esta visión puede solo tenerse, por supuesto, desde un punto de vista escéptico sobre la adecuación de cualquier teoría particular sobre la relación entre palabras e imágenes, pero que también preserva una convicción intuitiva de que hay alguna diferencia que es fundamental. Me parece que Lessing, por ejemplo, tiene razón en la medida en que trata a la poesía y la pintura como modos de representación radicalmente diferentes, pero su “error” es la cosificación de esta diferencia en términos de oposición análoga como naturaleza y cultura, espacio y tiempo. [...] Lo más importante de esto sería, por una parte, un renovado sentido de la elocuencia de las imágenes, y por otra parte, una renovada fe en el realismo del lenguaje, un sentido del discurso que proyecta mundos y estados de las cosas que pueden ser representados concretamente y probados contra otras representaciones. Tal vez la redención de la imaginación yace en la aceptación del hecho de que hemos creado gran parte del mundo a raíz del diálogo entre las representaciones verbales y pictóricas, y nuestra tarea no es renunciar a este diálogo a favor de un asalto directo de la naturaleza, sino ver que la naturaleza ya es parte de la conversación. (Mitchell, 1984: 530).

procesado, metabolizado e integrado. Por otra parte, encontramos la comunicación institucional, la cual englobaría el mensaje global emitido. Sin embargo, toda comunicación implica dos mensajes: uno emitido y uno reproducido en el acto de recepción. Y entre ellos dos, existen una serie de mediaciones que proporcionan mayor o menor efectividad a la comunicación, es decir, mayor o menor correlación entre la identidad y la imagen institucional. Estas mediaciones o prácticas discursivas poco acertadas son las que, mediante modificaciones propuestas en un plan de comunicación, se van a intentar subsanar. De esta forma, se caminaría hacia la correlación entre la imagen que de la Asociación de Scouts de Sevilla mantiene la ciudadanía y lo que la Asociación de Scouts de Sevilla pretende comunicar a cerca de sí misma.

3. Elección del objeto de estudio

- a) El **objeto formal** de este estudio es la comunicación, y dentro de ella, la comunicación institucional. Como hemos argumentado en el apartado anterior, las mediaciones ayudan en gran medida a articular la comunicación que las instituciones llevan a cabo. Este estudio se propone analizar los procesos comunicativos institucionales con el fin de identificar posibles fortalezas y carencias en las mediaciones.
- b) El **objeto material** serán las prácticas discursivas de emisores y potenciales receptores de la Asociación de Scouts de Sevilla. Esta asociación educadora en el escultismo católico cuenta con cincuenta años de antigüedad. Durante ese periodo se han ido creando y cerrando diferentes grupos tanto en la provincia como en los alrededores. Estos grupos han ido recibiendo y despidiendo a multitud de monitores, siendo estos en su mayoría estudiantes. Esto ha llevado a que tradicionalmente la media de edad de los voluntarios haya estado entre los 18 y los 25 años. Además ha contado con un gran número de voluntarios procedentes de otras comunidades que han decidido venir a estudiar a la Universidad de Sevilla. La localización geográfica hace que esta asociación sea una de las más influyentes de la Federación de Scouts Católicos de Andalucía. Ha sido referente en la tarea de educar a niños y jóvenes “a que trabajen por un mundo mejor, en términos de respeto, igualdad, justicia y derechos” (Scouts de Sevilla, 2011).

4. Formulación de las hipótesis

Sospechamos que en los discursos y prácticas sociales de los sevillanos existe un cierto grado de desconocimiento acerca de las acciones y de la identidad que Asociación de Scouts de Sevilla pretende generar. Parece que las mediaciones hasta ahora puestas en marcha por el sujeto intencional de la comunicación no logran proyectar la imagen deseada sobre la ciudadanía, los potenciales receptores de dicha comunicación intencional. Por tanto, es necesario realizar una reflexión en profundidad sobre estas mediaciones y prácticas discursivas de Scouts de Sevilla para evaluar los defectos y proponer vías de acción. Pensamos que al llevar a cabo las medidas propuestas Scouts de Sevilla conseguiría corregir las debilidades que no le permiten proyectar la imagen deseada.

5. Formulación de las preguntas de investigación

Para llevar a cabo la investigación y realizar una propuesta que corrija las debilidades comunicativas institucionales se proponen una serie de preguntas que buscan ser resueltas tras llevar a cabo el estudio. Estas son:

1. *¿Cuál es la imagen de Scouts de Sevilla que mantienen los ciudadanos?*
2. *¿Cuál es la identidad que Scouts de Sevilla pretende construir?*
3. *¿Cuáles son los procedimientos mediante los cuales Scouts de Sevilla construye su imagen?*
4. *¿Existe coherencia entre la identidad que se pretende proyectar y la imagen que de Scouts de Sevilla mantienen los ciudadanos?.*

6. Objetivos de la investigación

Este estudio se marca una serie de objetivos cuya base se sustenta en las preguntas de investigación que ya hemos planteado, y tiene como fin último el diseño de un plan de comunicación que corregiría la comunicación distorsionada y débil de Scouts de Sevilla. Los objetivos son los siguientes:

OBJETIVOS GENERALES		OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1	Conocer el proceso de creación de la imagen institucional.	1.1	Analizar la imagen institucional de Scouts de Sevilla.
2	Identificar las posibles mediaciones y discursos utilizados por las instituciones.	2.1	Señalar las mediaciones utilizadas por Scouts de Sevilla.
		2.2	Probar la efectividad de los discursos elaborados a través de las mediaciones de Scouts de Sevilla.
3	Descubrir las fortalezas y carencias de un plan de comunicación efectivo para la Asociación de Scouts de	3.1	Diseñar un plan de comunicación para Scouts de Sevilla.

7. Fundamentos y bases teóricas

Al aproximarnos a la materia de estudio considerábamos la imagen institucional desde la teoría lingüística y la semiótica. Desde esa perspectiva esta es imagen mental o elemento en el imaginario compartido que puede aparecer en diferentes manifestaciones (gráficas, lingüísticas, etc.). Además partimos de una postura constructivista que considera la realidad no como un antecedente invariable sino como el producto de la actividad simbólica e interpretativa que da lugar a prácticas y a una lógica de sentido.

Visto todo lo anterior, reconocemos que las instituciones están conformadas por individuos que representan un pequeño fragmento de la sociedad. Estos actúan como agentes productores de discursos construyendo una imagen personal e institucional a partir de sus prácticas sociales y

discursivas. Las propias instituciones, además, cuentan con una serie de receptores ciudadanos, que procesarán esos discursos desde su propia subjetividad, haciendo uso de las mediaciones. Por su parte las industrias comunicativas tendrán una influencia indirecta en la actividad institucional pero que también debe ser tenida en cuenta.

A la hora de proceder, este trabajo se ha estructurado en dos dimensiones: por una parte el estudio de la imagen que de la Asociación de Scouts de Sevilla mantienen los ciudadanos para así poder determinar si se corresponde con la que se desea proyectar. De otra parte, elaborar las guías básicas de un plan de comunicación que se pueda aplicar a este caso a partir de la experiencia acumulada. Tras haber llevado a cabo la primera parte, es necesario estudiar los discursos, lo cual nos permitirá la elaboración de un plan de comunicación que corrija el problema de confusión que ya se ha nombrado.

La comunicación ha sido a menudo tomada como una moda. Ahora se va convirtiendo en una cultura. La fuerza de las cosas empieza por dejar bien claro que las organizaciones son centros emisores y receptores de señales, informaciones, mensajes, comunicación; que ésta se diversifica y se densifica constantemente; que sus técnicas se especializan y proliferan; que el tráfico comunicacional aumenta en volumen y tiende a la saturación y al desorden. Nada hay que corrija espontáneamente la autoridad, donde se producen inevitablemente redundancias innecesarias (ruido) y contradicciones. En este sistema de complejidad expansiva, todas esas fuerzas en libertad relativa son irrefrenables y es preciso detenerlas, imponer orden y coherencia entre ellas, y controlarlas con eficacia (porque no solo los mensajes comunican, sino también las acciones y omisiones.⁴ (Morales, 2001: 59)

Como manuales guía para la elaboración del plan de comunicación se han escogido: *Comunicación total* de Cervera (2006), *Como elaborar el plan de comunicación* publicado por BIC Galicia (Business Innovation Center Galicia), y *Perfiles profesionales 2.0* de Cristina Aced (2010). Esto, junto con el correspondiente estudio analítico, permitirá diseñar una propuesta práctica o estrategia de comunicación para la gestión eficaz de la comunicación institucional de Scouts de Sevilla. Este plan de comunicación recogerá indicaciones a cerca de la comunicación corporativa, de la comunicación externa e interna, de las situaciones de crisis comunicativa, de las relaciones públicas y de la responsabilidad social corporativa. Se ha optado por usar estos manuales por varias razones. *Comunicación total* ofrece una visión muy amplia y rigurosa de la comunicación institucional. Además propone multitud de ejemplos reales de prácticas comunicativas en instituciones y empresas. Por otro lado la guía que ofrece el BIC Galicia me ha parecido más asequible en cuanto a estructura y

concreción, por lo que se ha visto adecuada para organizar los apartados de nuestra propuesta práctica. Además se ha acudido a *Perfiles profesionales 2.0* para conseguir pautas a la hora de adentrarse y mantenerse en la Red como institución. Este también ofrece material interesante sobre la necesidad e importancia de que la empresa cuente con perfiles concretos que gestionen este proceso.

8. Fundamentos metodológicos

La metodología empleada en este estudio es de carácter cualitativo y pretende llevar a cabo una aproximación a la realidad social mediante el análisis de los discursos de la institución y de los ciudadanos. Esto se concreta en la realización de cuestionarios por parte tanto de los productores como los receptores de Scouts de Sevilla. Para ello se ha llevado a cabo una recogida de muestras mediante un análisis empírico. Teniendo en cuenta las dos vertientes de nuestro trabajo (análisis de la construcción de la imagen institucional y consiguiente propuesta práctica), se ha seguido el siguiente proceso: por una parte, elaboración de cuestionarios para miembros de la Asociación y ciudadanos, recopilación de datos y análisis de los discursos. Este método se ha percibido como el más adecuado ya que, si bien la realidad está construida en base al lenguaje, solo es posible analizarla interpretándola desde los discursos. De esta forma será posible identificar la identidad que Scouts de Sevilla pretende proyectar y la imagen que de Scouts de Sevilla mantienen los ciudadanos.

9. Elaboración de modelos de aplicación analítica

Para el diseño formal de los modelos de aplicación analítica hemos utilizado la página web www.surveymonkey.com. Esta web permite dar forma a cuestionarios mediante un diseño ya predefinido. No obstante, el usuario tiene la opción de elegir tanto el formato de preguntas que desea hacer, como el tipo de respuestas (tipo *test*, mixto de tipo *test* y respuesta corta, o respuesta corta) que el individuo va a poder contestar. Esto, además de ofrecer comodidad a la hora de producir los cuestionarios, permite abarcar un espectro mucho mayor que al que se accedería para las entrevistas y además posibilita una recopilación y análisis de las respuestas mucho más eficaz. Sin embargo, tanto el cuestionario de emisores como el de receptores podía constar únicamente de 10 preguntas y esto ha supuesto un inconveniente, sobre todo en el caso de los receptores, puesto que hubiese sido más beneficioso recopilar respuestas de índole más variado. Otro inconveniente encontrado ha surgido a la hora de exportar las respuestas, ya que era necesario pagar una suma elevada de dinero para

poder hacerlo. La solución a esto ha sido ir copiando las respuestas directamente desde la página web e ir pegándolas en un documento a parte (anexo 2). Por todo ello, el proceso ha requerido de mucha dedicación y tiempo, siendo bastante tedioso a veces. Sin embargo, el resultado del uso de este modelo de aplicación analítica ha sido muy eficaz y satisfactorio. Considero que, pese a los inconvenientes, ha sido la mejor opción ya que ha permitido una recopilación organizada, precisa y clara. Esto ha hecho posible que, una vez reunida toda la información, haya podido llevar a cabo los siguientes pasos de manera ágil y sin dificultad.

A la hora de diseñar cada pregunta se ha tenido en cuenta que todas respondiesen a aspectos diferentes e incluyesen las oposiciones categoriales que hemos nombrado en el apartado anterior. En el discurso de los emisores se comenzaba con la pregunta “¿De qué grupo Scout eres?”. Ésta permite asegurar que pertenecientes a todos los grupos Scout de Sevilla respondan al cuestionario, para así tener mayor heterogeneidad de discursos. Además, a través de estas respuestas, es posible detectar la coherencia entre los discursos dentro de un mismo grupo.

La segunda pregunta se presentaba de esta forma: “Cuando piensas en la palabra “Scout”, ¿cuáles son las tres primeras palabras que te vienen a la cabeza?”. Con ésta pretendemos detectar cuál creen que es la esencia del movimiento Scout, lo cual mediante la enunciación de 3 únicas palabras quedaría expresado de manera concreta y directa.

La tercera pregunta sería “¿Crees que las personas que actualmente componen Scouts de Sevilla saben qué son los Scouts, y son conscientes de la influencia social que tienen?”. Esta última pregunta dirige al entrevistado a un análisis interno de la Asociación, dejando ver el grado de confianza que desde dentro se tiene hacia el resto de individuos que conforman Scouts de Sevilla.

Si en la tercera pregunta se hacía un análisis interno, en la cuarta, mediante la pregunta “¿Qué crees que opinan los ciudadanos de Sevilla ajenos al movimiento sobre los Scouts? ¿Por qué?”, se lleva a cabo un análisis dirigido al exterior, cuyas respuestas darán lugar a la opinión de los emisores sobre cuál creen que es la imagen que la Asociación proyecta en la sociedad.

La quinta y sexta pregunta son “¿Qué redes sociales usáis en vuestro grupo?” y “¿Tenéis página web propia de vuestro grupo?”, y simplemente pretenden detectar la presencia de los diferentes grupos Scout en las redes.

En la séptima pregunta se cuestiona la frecuencia con la que se publica en la web y en las redes sociales: “¿Cada cuánto tiempo publicáis en la web o en algunas de las redes sociales?”, ya que esto condicionaría mucho la utilidad de hacer uso de redes sociales y web.

La octava pregunta es “¿Crees que en las redes sociales se refleja la identidad de tu grupo y lo que hacéis?”. Una vez que hemos identificado si existe uso o no de las redes sociales, y cada cuánto tiempo se publica, también es necesario detectar la finalidad del contenido detectado, ya que este podría ser meramente lúdico, o por el contrario, reflejar las actividades y proyectos que los grupos llevan a cabo.

Tras cuestionar la presencia, actividad y contenido de las redes de cada Grupo, también es necesario analizar el papel de la página web y las redes sociales que mantiene la Asociación de Scouts de Sevilla como reflejo unitario de todos los grupos. Por tanto, la novena pregunta fue: “¿Crees que en la página web de Scouts de Sevilla y en sus redes sociales se refleja la identidad de la Asociación y lo que sois?”.

Para finalizar, se pretendía identificar la conciencia que los emisores mantienen sobre la necesidad de llevar a cabo una comunicación eficaz de cara al exterior de la Asociación y, aunque la pregunta está centrada en el uso de las redes, dejará ver parcialmente los discursos a cerca de la comunicación institucional. La última pregunta se formulaba así: “Por último, ¿crees que un mejor uso de la página web y las redes sociales de la Asociación y de cada grupo ayudaría a que la sociedad tuviese una imagen más veraz de los Scouts?”.

Al igual que en el caso de los emisores, cada una de las preguntas que los receptores debían responder tenía una finalidad concreta. Las dos primera preguntas, a diferencia del cuestionario de los emisores, son demográficas y simplemente pretenden detectar las características físicas básicas de los receptores. La primera pregunta era identificar el *sexo*, lo cual dejaba ver que la muestra estuviese equilibrada en cuestión de paridad. La segunda, la *edad*, lo cual nos permitiese ver el rango que ocupaban los entrevistados y distribuir a los sujetos abordando distintos perfiles generacionales.

La tercera pregunta pretendía detectar relación directa entre el entrevistado y algún miembro emisor de Scouts de Sevilla, mediante una pregunta simple: “¿Conoces a algún Scout?”.

La cuarta pregunta se repite tanto en el cuestionario de emisores como en el de receptores, y es: "Si te dicen la palabra "Scout", ¿cuáles son las tres primeras palabras que te vienen a la cabeza?". Cabe destacar un pequeño detalle: a la hora de formular la pregunta para los emisores, la palabra Scout en el enunciado se incita a *ser pensada*, mientras que en los receptores se presupone un agente externo que *dice la palabra Scout* para que el mismo pueda pensar tres palabras que lo definan. A la hora de elaborar esta pregunta se ha tenido en cuenta la cuestión de la biplanariedad del signo de Saussure, ya que como decíamos, la relación entre imagen acústica e imagen mental es convencional, y de tal modo, la imagen mental que los ciudadanos atribuyan a un Scout, formará parte de la construcción de la imagen de la Asociación.

Para la quinta pregunta, los receptores debían responder "¿Qué hacen los Scouts?" para detectar la información o desinformación a cerca de las actividades que se llevan a cabo en la Asociación.

En la sexta pregunta, "¿Sabías que existen scouts religiosos y no religiosos?", se pretende analizar el grado de conocimiento del receptor en cuanto al carácter religioso de la Asociación de Scouts de Sevilla, frente al no religioso de otros grupos Scout de la provincia.

La séptima y octava pregunta pretenden detectar el grado de participación que el entrevistado estaría dispuesto a tener con respecto a los scouts: "¿Llevarías a tus hijos a los Scouts?" y "¿Te has planteado alguna vez ser Scout?". En ambas, más allá de únicamente decir si sí o no, se propone la opción de explicar porqué. Las dos preguntas siguientes van dirigidas, al igual que en el cuestionario a emisores, a los discursos a cerca de la comunicación corporativa de la Asociación.

En la novena se propone: "¿Alguna vez has visto algo publicado en las redes sociales sobre Scouts de Sevilla?". En esta pregunta se detectará la eficacia del uso de las redes por parte de los emisores.

Y, en la décima: "Si tuvieses curiosidad sobre los Scouts de tu zona, ¿dónde te informarías?". Las respuestas de esta última pregunta servirán como guía a la hora de definir los medios que Scouts de Sevilla debería utilizar a la hora de hacerse visible en la sociedad⁵.

⁵ Para consultar los modelos de aplicación analítica, ver ANEXO 1 o <https://es.surveymonkey.com/r/G7KWP5H> (ENCUESTA PARA RECEPTORES), <https://es.surveymonkey.com/r/GRWGWBG> (ENCUESTA PARA EMISORES).

10. Recogida de datos y muestras de estudio

Los dos modelos de cuestionario que se han mencionado anteriormente han sido contestados por una muestra de 98 sujetos, 33 de ellos emisores y 65 receptores. Posteriormente, a estos materiales se les ha practicado un análisis del discurso, tomando como referencia a J Lozano, C Peña-Marín y G Abril (1997) en *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. Así, se ha podido valorar y tipificar tanto el grado de conocimiento como la imagen recíproca que se establece entre las dos partes de la muestra.

Para llevar a cabo el análisis y negociación de los diferentes discursos de emisores y receptores se ha considerado el análisis de contenido y la cuestión de la coherencia en los discursos. Para ello, definiremos el concepto de isotopía y plantearemos una serie de oposiciones categoriales, para así llevar a cabo un análisis cualitativo más exhaustivo.

Con el concepto de isotopía – proveniente de la física y de la química – Greimas (1966, 1973) aborda el problema intratextual de la coherencia en los discursos. (...) En principio, tanto el concepto isotopía en Greimas como otras definiciones de coherencia y cohesión se basan en la existencia de redundancia, de reiteración o de repetición de elementos similares o compatibles. (Lozano, Peña-Martín y Abril, 1982: 29-30)

Teniendo esto en cuenta se analizarán los discursos en base a una serie de oposiciones categoriales que permitirán identificar la coherencia de los discursos. Estas son:

-Asociación de Scouts de Sevilla:

Conocimiento/desconocimiento

Sensación de acercamiento/indiferencia hacia los agentes externos a la Asociación

Uso/no uso de redes sociales

Conciencia/indiferencia hacia el uso de redes sociales en Scouts de Sevilla

-Ciudadanos: Conocimiento/desconocimiento

Afinidad/disparidad con el movimiento Scout

Acercamiento/indiferencia con respecto a las redes sociales de Scouts de Sevilla

Para selección de sujetos, como hemos mencionado anteriormente, se han clasificado a las personas en dos grupos: sujetos que conforman la institución Asociación de Scouts de Sevilla y

ciudadanos con mayor o menor relación con esta asociación. Los primeros son individuos que forman parte del movimiento, ya sea como monitores, antiguos monitores o miembros del Consejo. Para este grupo, se ha buscado a representantes de todos los grupos que componen la Asociación de Sevilla, que son: Grupo I Norte, Grupo II Sevilla Este, Grupo III Aljarafe, Grupo IV Montequinto, Grupo V Casco Antiguo, Grupo VII Nervión, Grupo VIII Triana, Grupo X Heliópolis y Grupo XXIII El Porvenir, los cuales reflejan la heterogeneidad existente en la Asociación, tanto por su situación geográfica como por la diferencia en pareceres y formas de llevar a cabo su tarea educativa. En cuanto a los segundos, son todos ciudadanos de la ciudad de Sevilla, de una edad comprendida entre los 15 y los 25 años, que nunca han formado parte de la Asociación de Scouts de Sevilla, aunque pueden haber tenido contacto directo o indirecto con la misma. Para la elección tanto de unos como de otros se ha procurado que tuviesen la menor relación con el entrevistador posible. Sin embargo, al no tratarse de entrevistas presenciales o de grupos de discusión, se entiende que en caso de haber relación entre uno y otro, esto no afectaría en gran medida las respuestas.

Hay varias razones por las que se ha optado por llevar a cabo cuestionarios telemáticos. Entre ellas, la no influencia de la presencia del entrevistador que acabamos de comentar, la cual ofrece cierta tranquilidad al entrevistado. Los cuestionarios han sido anónimos, de manera que sus respuestas no se han visto condicionadas por lo que el entrevistador pudiese pensar. Este tipo de cuestionarios, además, ofrece la posibilidad de recabar multitud de respuestas, cosa que en grupos de discusión o entrevistas no hubiese sido posible, debido a cuestiones de tiempo, disponibilidad, etc. Por otra parte, el carácter acotado de las respuestas permite llegar a conclusiones más concretas y precisas, ya que no se da pie a expresarse fuera de las opciones propuestas. No obstante, cuando se ha visto necesario, se ha añadido la opción “especifique”, mediante la cual sí se puede dejar una explicación más completa de la opinión.

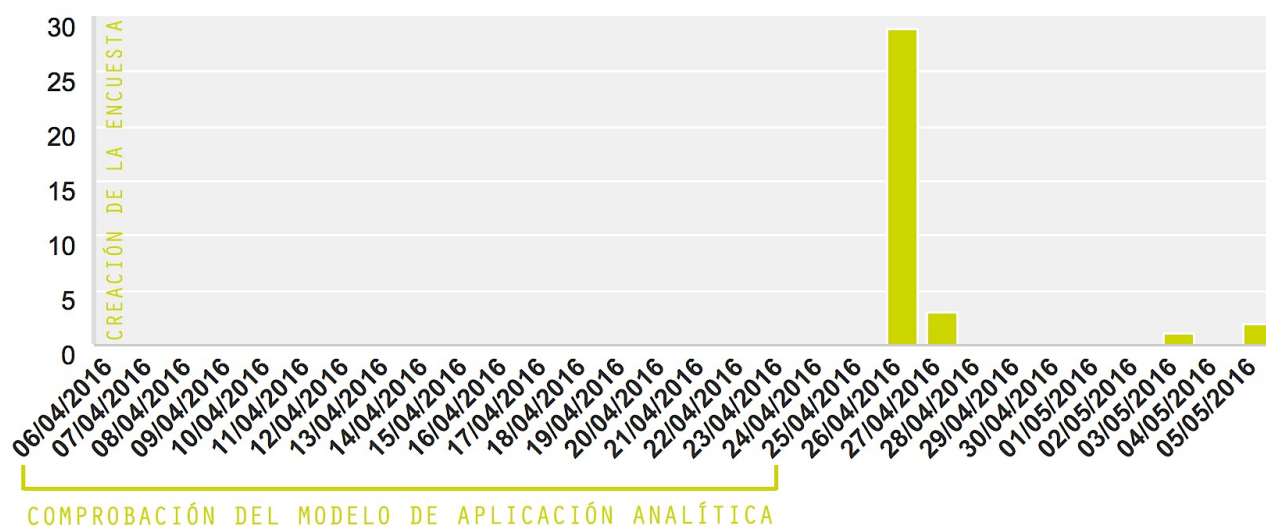
Pese a que este método se ha percibido como el más adecuado, también cuenta con una serie de desventajas. Entre ellas, la imposibilidad de modificar las preguntas conforme se desarrolla la entrevista. Una entrevista presencial y semiestructurada hubiese dado la posibilidad al entrevistador de dirigir la entrevista según el interés de lo que se va respondiendo, con la intención de acceder a información que mediante cuestionarios queda desechada. De igual forma se pierde la información no verbal emitida por los sujetos, solo accesible mediante la presencia física de entrevistador y entrevistado. A pesar de las desventajas, el proceso parece haber sido provechoso, puesto que ha dado lugar a una recopilación de respuestas muy completa y de utilidad.

A continuación mostraremos el proceso que se ha seguido para recopilar las respuestas que más tarde se analizarían. Los cuestionarios han sido realizados en un periodo de tiempo muy corto y se ha conseguido que los entrevistados contestasen de manera automática tras recibirlo. Para ello ha sido necesario un seguimiento muy exhaustivo por parte del entrevistador, tanto de la emisión del cuestionario, como de la entrada de respuestas al mismo. No obstante, el resultado ha sido que las respuestas se hayan recopilado en un plazo de 5 días para los receptores (del 25/04/16 al 30/04/2016), y de 10 días para los emisores (del 26/04/2016 al 5/05/2016), recalcando que en ambos casos el primer día en que se enviaron fue cuando se recibieron la gran mayoría de las respuestas.

Cabe destacar que, previo al envío de cuestionarios, se llevaron a cabo varias pruebas para constatar que éstos recopilaban información útil y de provecho para nuestro estudio. Por tanto, la elaboración del cuestionario fue de aproximadamente un mes previo a su emisión a los entrevistados. A continuación mostramos gráficamente el proceso, pudiéndose identificar tanto el volumen de respuestas como el eje cronológico de recopilación de las mismas:

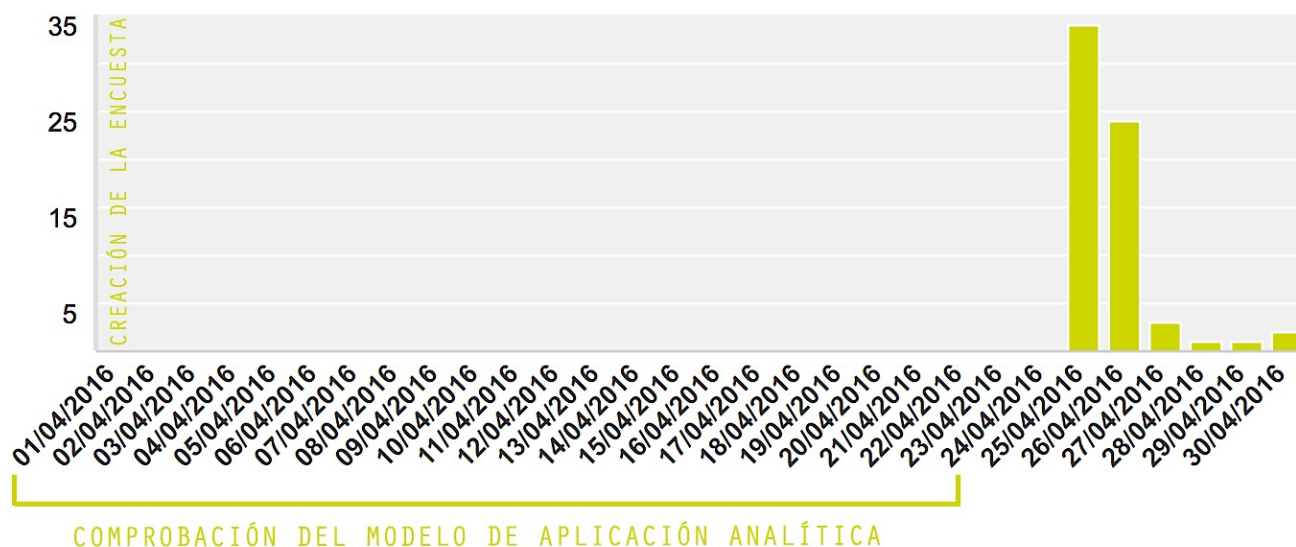
Emisores:

06/04/2016 - 05/05/2016



Receptores:

01/04/2016 - 30/04/2016



Podemos concluir que la recogida de datos y muestras de estudio ha tenido unos resultados muy satisfactorios. Se ha conseguido reunir un gran número de muestras y el proceso se ha llevado a cabo de manera rápida y efectiva. Además, tanto la estructura como el contenido se percibe como acertado. Todo esto favorece un posterior análisis eficaz y beneficioso.

11.-Análisis y negociación con el objeto formal

11.1 Análisis de los textos normativos de la Asociación de Scouts de Sevilla

Antes de pasar al análisis de los cuestionarios comenzaremos por contextualizar el sentido de Scouts de Sevilla, basándonos en el Proyecto Hércules XXI, el cual recoge las bases del escultismo católico en Andalucía. Este refleja tanto el origen de la Asociación como su evolución histórica y organizativa. Su análisis es importante puesto que constituye el /deber ser/ con respecto a quienes pertenecen al movimiento Scout. Además este es acordado y revisado cada cierto tiempo. Por tanto, estas bases suponen unas líneas ideológicas y de acción a las que cada miembro debe de acogerse al entrar a formar parte de la institución. Esta información es proporcionada a cada voluntario al entrar a formar parte del colectivo. Durante “periodo de prueba” del nuevo integrante, sus compañeros con experiencia Scout revisan su adecuación al modelo de persona, sociedad e Iglesia que en los textos normativos se propone.

A nivel organizacional encontramos:

La Federación de Scouts de Andalucía es la entidad que agrupa a las diferentes Asociaciones y Delegaciones de Scouts Católicos existentes en Andalucía. Cada Asociación y Delegación es autónoma y la Federación trabaja para coordinar a todas ellas en un objetivo común: hacer escultismo católico en Andalucía. Partiendo de esta idea, la Federación ha ampliado paulatinamente los servicios que ofrece a las ADEs-DDEs: representación, formación, gestión administrativa, apoyo pedagógico, tramitación de documentos, consecución de convenios, publicaciones, relaciones, imagen, política juvenil, etc. Cuenta en la actualidad con más de 6000 scouts, siendo 1.100 voluntarias y voluntarios que ejercen las tareas de educadores, a los cuales llamamos responsables, que se reparten por toda la geografía andaluza, donde existen más de 80 grupos scouts, adscritos a las distintas ADEs-DDEs, que son ocho, una en cada provincia (excepto Granada) y dos en la provincia de Cádiz. Son los grupos scouts los que realizan directamente la labor de educación con niñas, niños y jóvenes, y es por tanto donde existe el mayor número de responsables. Para unir fuerzas y aprovechar recursos, estos grupos se asocian a nivel diocesano. (Scouts Católicos de Andalucía, 2006: 19-20)

La Asociación de Scouts de Sevilla, en concreto, cuenta con 9 grupos scout: Grupo I Norte, Grupo II Sevilla Este, Grupo III Aljarafe, Grupo IV Montequinto, Grupo V Casco Antiguo, Grupo VII Nervión, Grupo VIII Triana, Grupo X Heliópolis y Grupo XXIII El Porvenir, con un total de 154 voluntarios y, aproximadamente, 650 educandos. A todos estos grupos los representa el Consejo Diocesano. Éste está formado por una serie de personas con cargos y tareas concretas como pueden

ser la presidencia, tesorería, animación pedagógica, acción pastoral, gestión de recursos, etc. A nivel pedagógico, se propone un modelo de persona, sociedad e Iglesia:

Scouts Católicos de Andalucía tiene como principal objetivo la educación integral de las personas, especialmente en la infancia y la juventud, para que sean personas no individuos, que les importe más el ser que el tener, que tengan en cuenta a las otras personas y no solo se preocupen de sí mismos. Abogamos por un modelo de persona que se implique en la solución de problemas; que no se deje llevar, sino que tenga ideas propias; que tenga iniciativa, que sea positiva, generosa, altruista y que viva la afectividad de forma sana. (...) Scouts Católicos de Andalucía tiene la gran tarea de educar a jóvenes para que lleguen a ser personas que trabajen por una sociedad más justa. Tenemos como referente el modelo propuesto por la doctrina social de la Iglesia, donde prevalecen los valores de justicia, libertad, solidaridad y trabajo por los derechos humanos. Scouts Católicos de Andalucía se define como movimiento de Iglesia. El método y los campos de acción nos sitúan en lo que podemos denominar “movimiento de frontera”, en el antiguo sentido empleado para designar a los que van abriendo caminos. No somos un movimiento catequético propiamente dicho, sino un movimiento que amparado en el método Scout quiere vivenciar la Fe siguiendo el modelo de Jesús, nuestro Maestro. (Scouts Católicos de Andalucía, 2006: 71-77)

Podemos delimitar lo citado anteriormente haciendo mención de las tres virtudes Scout: *lealtad, abnegación y pureza*, y de las leyes Scout:

1. *El scout es digno de confianza.*
2. *El scout es responsable con lo que se compromete y consecuente con lo que piensa.*
3. *El scout es constructor de un mundo mas perfecto.*
4. *El scout es solidario con las personas más necesitadas y se compromete con ellas.*
5. *El scout respeta profundamente a las personas que comparten con él el mundo.*
6. *El scout ve la naturaleza la obra de Dios y la protege.*
7. *El scout termina lo que empieza.*
8. *El scout afronta las dificultades con alegría.*
9. *El scout es económico, trabajador y cuidadoso con los bienes.*
10. *El scout es sano, sincero y honrado.*

(Scouts Católicos de Andalucía, 2006: 6)

También Scouts de Sevilla deja definido en su Reglamento de Régimen Interno que,

con independencia de todo partido y/o corriente política, educa a la infancia y juventud desarrollando su modo de entender y vivir la vida que las enraíza más en su pueblo, les da un espíritu crítico frente a la realidad social y las compromete a tomar sus responsabilidades para participar en la consecución de una sociedad mejor y más justa, dentro de un marco democrático. (Scouts de Sevilla, 2011: 6)

Tras la revisión del R.R.I. que acabamos de mencionar, donde vienen especificadas las estructuras de organización y gobierno de la Asociación, se identifica que no existe un cargo o una mesa de trabajo específicamente encargada de la gestión y el seguimiento de la comunicación. En este documento, el cual presenta de manera detallada el funcionamiento interno de Scouts de Sevilla, únicamente se nombra el aspecto comunicacional en un apartado titulado *Imagen y protección de datos*, el cual se subdivide en los epígrafes: *de la imagen corporativa, del uso de los logotipos e insignias de MSC, de la uniformidad y de la protección de datos*, y únicamente se mencionan, sin dar ningún tipo de especificación formal a cerca de los mismos, sino de su uso.

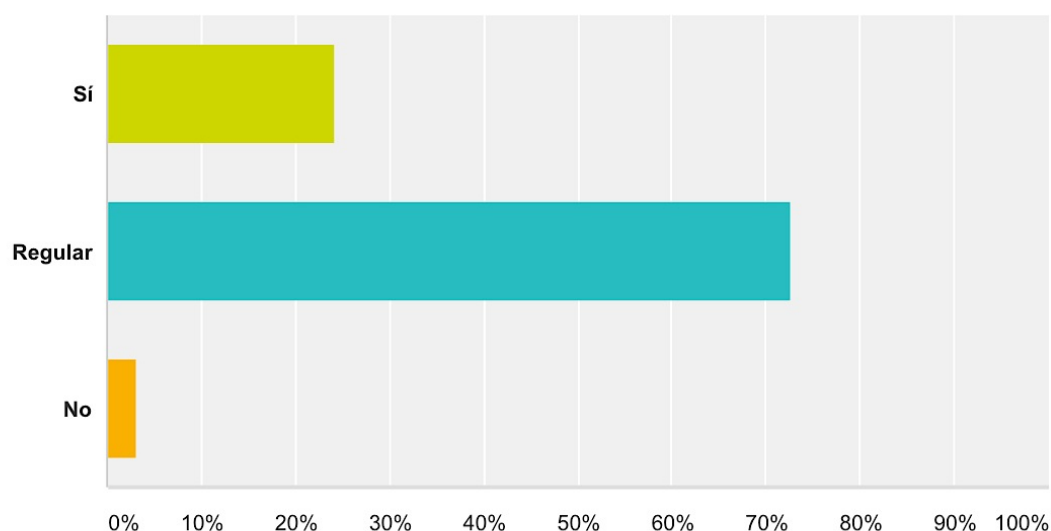
11.2 Análisis de los discursos de los miembros de la Asociación de Scouts de Sevilla

Tras haber revisado lo correspondiente a sus bases, su organización y su funcionamiento, pasaremos a exponer los discursos de los miembros de la misma, los cuales, como ya sabemos, han sido recopilados a través de las respuestas de los cuestionarios. Estas respuestas, además, se pueden consultar en el Anexo 2:

En la pregunta 1 podemos ver qué miembros de todos los grupos que componen Scouts de Sevilla han contestado al cuestionario, habiendo también respuesta del Presidente actual de la Asociación, miembro del Consejo Diocesano.

Vemos en la pregunta 2 que a la hora de definir la palabra “Scout” mediante 3 palabras, las más mencionadas, en orden descendente, son: amistad/amigo, naturaleza y compromiso. No obstante, no solo queremos destacar el discurso dominante. También se ha mencionado: servicio, campamento, responsabilidad, compañerismo, felicidad, etc. El presidente, como representante del Consejo, contestó *servicio, vida y enseñar*.

En cuanto a la pregunta 3 y la creencia sobre si las personas que actualmente componen Scouts de Sevilla saben qué son los Scouts y son conscientes de la influencia que tienen, una mayoría de 72,73% opina que regular, frente a un 24,24% que dice sí, y un 3,03% que lo niega.



Es necesario acudir a los comentarios que los mismos individuos incluyen en sus respuestas para profundizar un poco más en su sentido. Por un lado aquel que opina que los miembros de la Asociación son totalmente conscientes de lo que son y hacen; otro que cree que a pesar de saber qué son, existe una influencia social muy pobre; de otra parte otro atañe a la concepción generalizada de un sentido muy superficial de lo que son los Scouts, dejando atrás las bases y el sentido con el que surgió, lo cual origina falta de coherencia y empuje; y finalmente uno que incide en que la Asociación no tiene una buena valoración de sí misma y, por tanto, esto se ve reflejado en la sociedad. El presidente de la Asociación ha contestado: “creo que no somos conscientes de la importancia que tiene nuestro trabajo. Como scouts que somos tenemos una responsabilidad con nuestros niños, familias y con la sociedad en general que debemos asumir. Nos quedamos muy cortos para todo lo que podríamos hacer.”

En la cuarta pregunta, en la que se preguntaba cuál se creía que era la opinión de los ciudadanos de Sevilla ajenos al movimiento sobre los Scouts, existe un discurso bastante unitario entre todos los individuos que se han entrevistado. Por una parte se considera que todos aquellos que alguna vez han llegado a entrar en contacto con la Asociación o han llegado a conocerla han hecho una valoración muy positiva de la misma. No obstante, en general se percibe mucha desinformación en los agentes externos y un arraigo fuerte a los estereotipos formados por la televisión y el cine. Estos

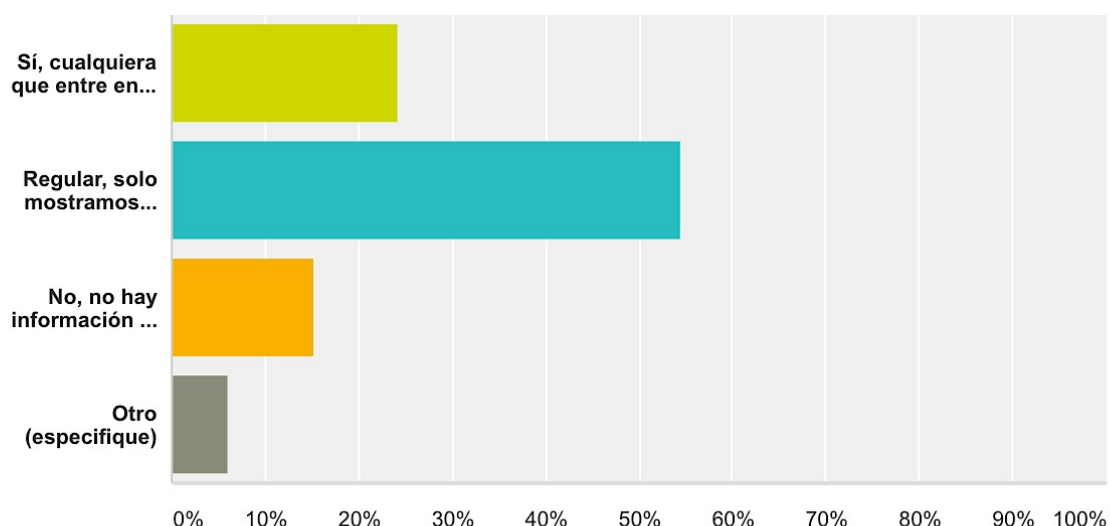
estereotipos están basados en una imagen rancia de niños vestidos con uniformes llenos de insignias vendiendo galletas. Podemos encontrarla en series como *Los Simpsons* o películas como *Up*. También se destaca la falta de intención y voluntad de los miembros de Scouts de Sevilla por cambiar esta valoración. Demostramos este razonamiento con las respuestas de algunos de los encuestados que dicen: “creo que los ciudadanos desconocen lo que hacemos y con qué fin trabajamos. Tan solo tienen una imagen que ellos mismos han ridiculizado sobre niños vendiendo galletitas” o “nosotros tampoco proyectamos una imagen de lo que hacemos ni somos. Lo intentamos en ocasiones pero siempre en último lugar.” La primera respuesta nos muestra una actitud evasiva que hace responsable únicamente a los ciudadanos de la imagen de la Asociación. La segunda asume la responsabilidad y de manera realista proclama que cuidar la imagen no entra dentro de las prioridades de Scouts de Sevilla. En la respuesta del Presidente de la Asociación encontramos: “Creo que valoran lo que hacemos, pero sin saber qué hacemos. Desconocen mucho nuestra labor, lo cual hace que exista una gran diversidad de opiniones con respecto a nosotros.”

En cuanto a las redes sociales que se usan en cada grupo encontramos que todos los grupos están presentes en las redes a excepción del Grupo XXIII – El Porvenir, aunque publica contenido puntualmente a través de los perfiles de sus miembros. La red social más utilizada es Facebook, de la cual hacen uso todos los grupos a excepción del Grupo II Pirados. No obstante, este último tiene cuenta de Instagram. Twitter es también utilizada por cinco grupos: Grupo I Norte, Grupo III Aljarafe, Grupo IV S.J. de Calasanz Montequinto, Grupo VII-Nervión y Grupo VIII Triana.

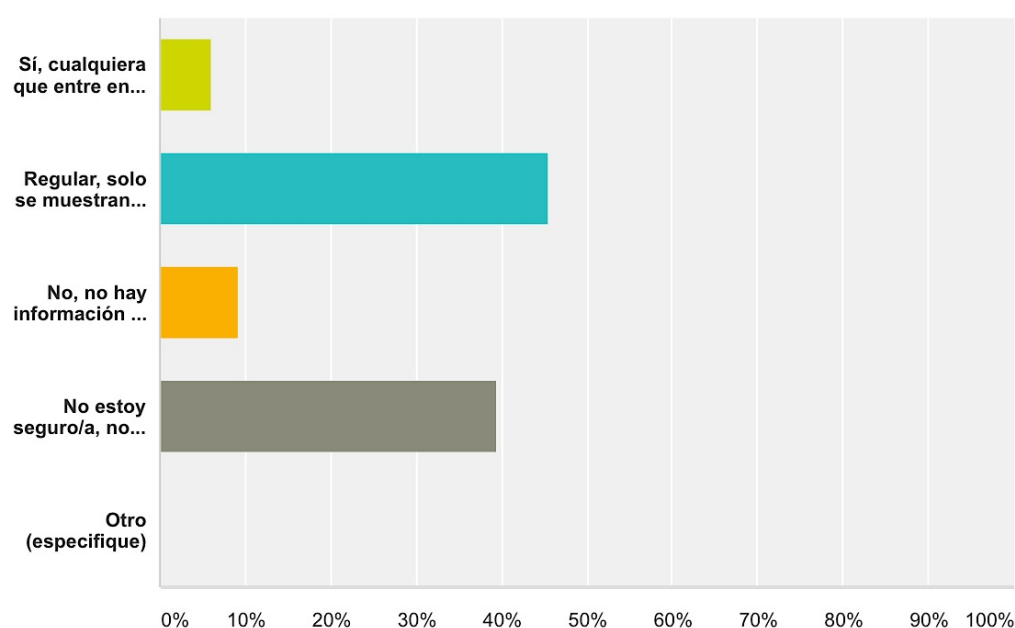
Relacionado con lo anterior, vemos que no todos los grupos tienen página web propia, aunque sí la mayoría. Los grupos que no disponen de página web son: Grupo I Norte, Grupo V Casco Antiguo y Grupo X Heliópolis. Y, en cuanto a la frecuencia con la que se publica, ya sea en redes sociales o en la página web, destaca la opción de cada semana, aunque también encontramos que el Grupo VII Nervión publica *cada 2-3 días*, el Grupo VIII Triana publica alguna que otra vez al año, y el Grupo IV S.J. de Calasanz Montequinto no publica nunca. Como indica Rodrigo (1995), en la lógica productiva y de consumo actual es de gran importancia la digitalización y la adaptación a las capacidades tecnocomunicativas de cada medio; solo así se podrá estar presentes en el ecosistema comunicativo de los *mass media*. Por tanto, valoramos como muy negativo la poca presencia de los distintos grupos en la web y en las redes.

En cuanto a si en las redes sociales se refleja la identidad de los grupos y lo que estos hacen, vemos en las respuestas a la pregunta 8 que el 54,55% opina que *regular, solo se muestran algunas*

cosas y no se ve bien quiénes somos. Es destacable un comentario que uno de los encuestados hace a su respuesta, especificando que el uso que le dan a la web y a las redes sociales es, sobre todo, para la difusión de eventos que hacen como grupo.



Esta misma pregunta, pero aplicada a la web y las redes sociales de Scouts de Sevilla en su conjunto, recibe un 45,45% en la respuesta *Regular, solo se muestran algunas cosas y no se ve bien lo que la Asociación en su conjunto hace*. Esta es también la respuesta por la que opta el Presidente de Scouts de Sevilla. Bastante igualado, con un 39,39%, encontramos: *No estoy seguro/a, no suelo visitar la página web ni las redes sociales de Scouts de Sevilla*. Frente a esto, dos personas opinan que cualquiera que entre en el perfil de Scouts de Sevilla puede ver cómo somos y qué hacemos, y 3 personas creen que no, no hay información o la que se enseña no es reflejo de lo que somos y hacemos.

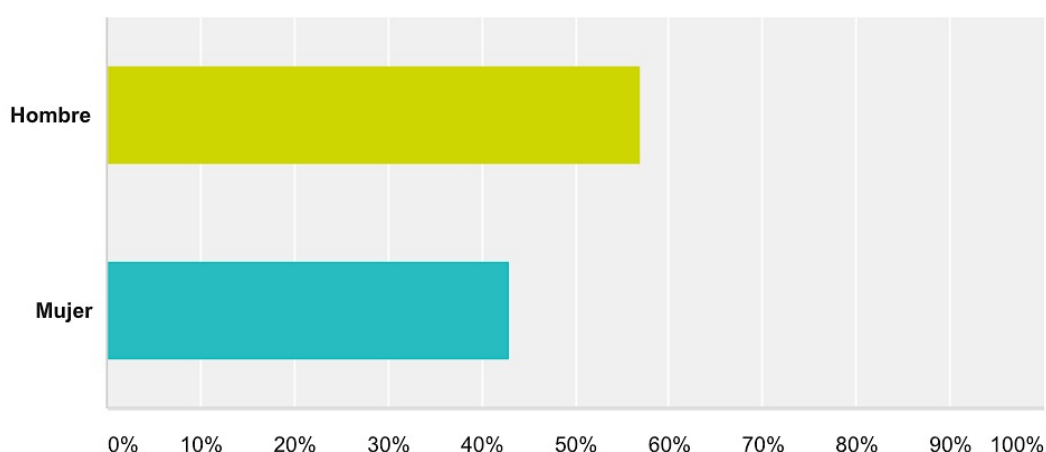


La última pregunta, en la cual se cuestiona la importancia de un mejor uso de la página web y redes sociales, una gran mayoría de 72,73% responde que *sí, es necesario aspirar cada vez a dar una imagen más veraz de lo que son y hacen*. Entre los que optan por el sí se encuentra el Presidente de la Asociación. Un 15,15% cree que es *necesario, pero no tan importante*, y uno de los entrevistados opina que no cree que sea necesario hacer un mejor uso ya que el concepto que la sociedad tenga sobre Scouts de Sevilla no depende en nada del uso se haga de las redes sociales.

11.3 Análisis de los discursos de los ciudadanos o potenciales receptores de Scouts de Sevilla

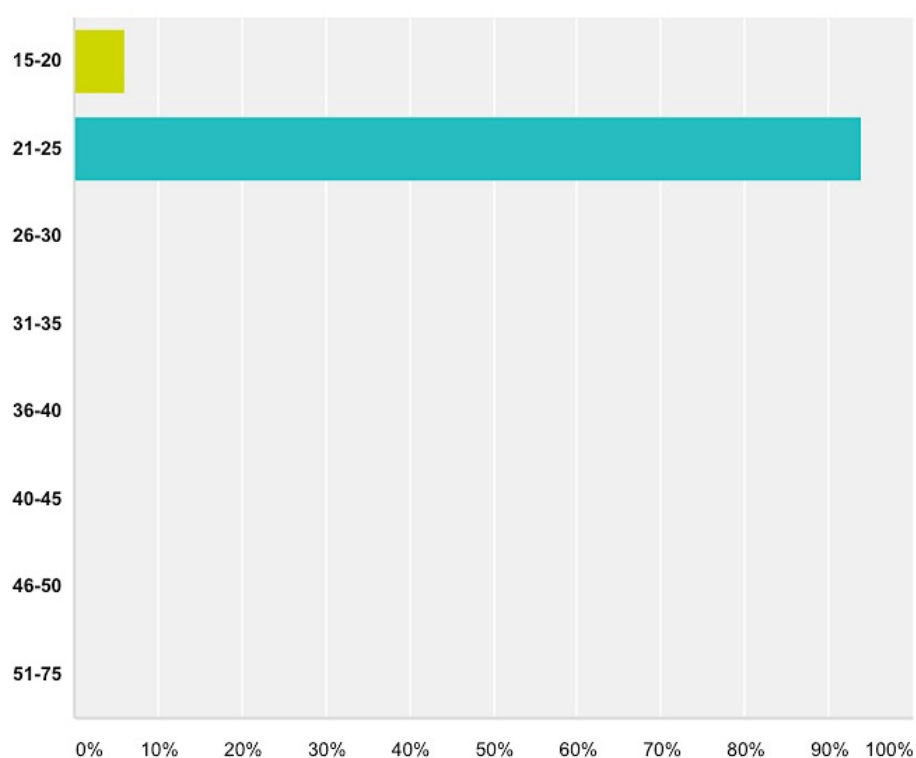
Una vez identificados los discursos de los miembros de Scouts de Sevilla, pasaremos a exponer aquellos provenientes de los ciudadanos que pueden o no haber llegado a entrar en contacto con la Asociación. Estos también están disponibles en el Anexo 2:

La pregunta 1 nos indica que las respuestas están compensadas en términos de sexo, aunque existe mayor respuesta por parte de los hombres, siendo estas un 56,92% frente a un 43,08% de mujeres.

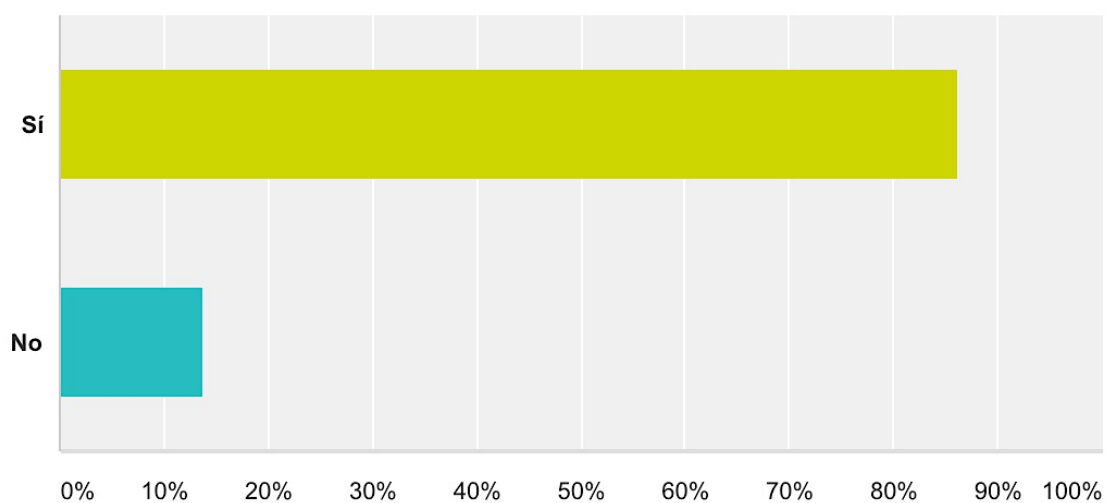


Opciones de respuesta	Respuestas	
Hombre	56,92%	37
Mujer	43,08%	28
Total	65	

En términos de edad, la gran mayoría se sitúa en el rango de edad de 21 a 25 años, habiendo un 6,15% equivalente a 4 personas que está entre los 15 y 20 años.



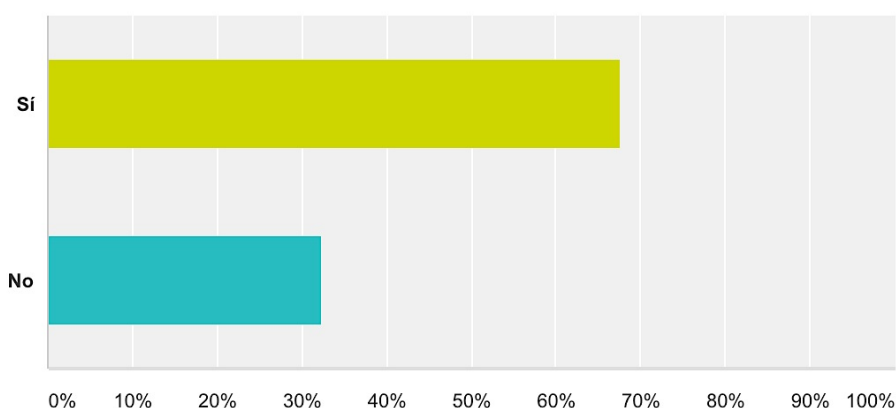
En cuanto al conocimiento de algún Scout, el 86,15% ha respondido que sí, frente al 13,85% que no.



Tal y como mencionamos anteriormente, los receptores también debían nombrar las 3 primeras palabras que les viniesen a la memoria al escuchar la palabra “Scout”. Las más nombradas han sido: naturaleza, campamento, niños, aventura y campo. Con respecto al discurso de los emisores, por tanto, vemos que coincide la isotopía temática “naturaleza” en primer plano y “campamento” en segundo plano. Esto nos conduce a la proximidad entre imágenes mentales que mantienen emisores y receptores y, por tanto, cierto acercamiento entre imagen e identidad institucional. También, aunque han sido menos mencionadas, hay otras como: supervivencia, grupo, compañerismo o diversión, y son destacables otras que también se han hecho presentes: medallas, secta, América, boy scout, disciplina, uniforme. Si bien los miembros de Scouts de Sevilla habían escogido valores para hacer mención a lo que les evoca la palabra “Scout”, los ciudadanos han mencionado palabras con un carácter más superficial, o incluso que no guardan relación alguna con el método que la asociación lleva a cabo actualmente. Al nombrar *medalla*, *América* y *boys scouts* denota la presencia de estereotipos y confusión a la hora de situar al movimiento.

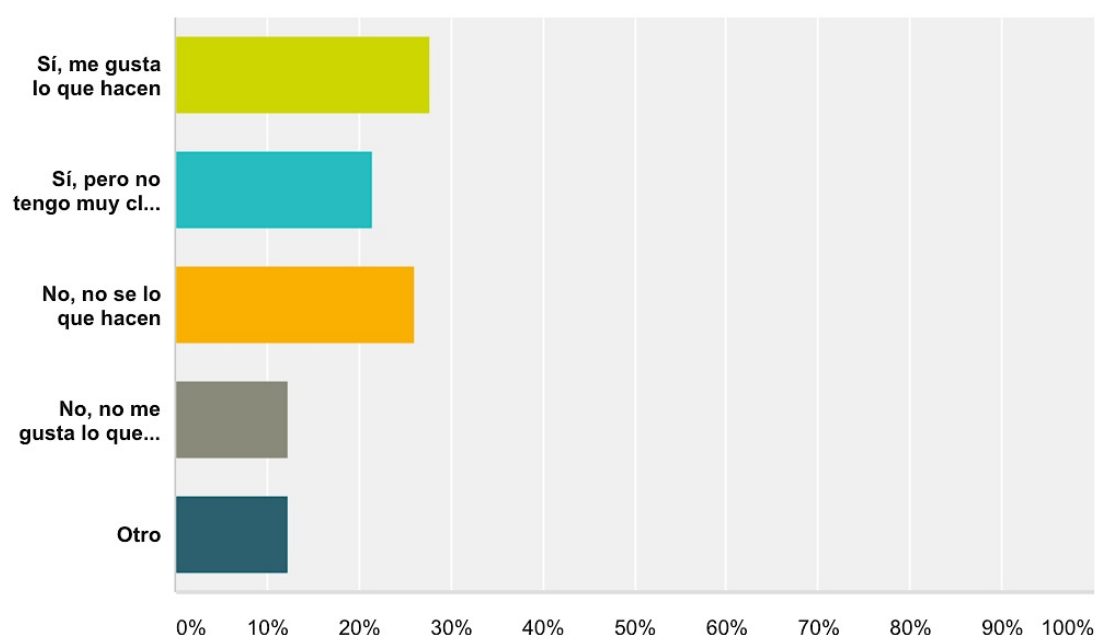
Con respecto a la siguiente pregunta, la cual cuestionaba qué hacen los Scouts, encontramos varios discursos. Podemos diferenciarlos en: convivir y sobrevivir en la naturaleza, inculcar valores tales como el respeto o el compañerismo, labores de índole ecológica, cerebros lavados, actividades recreativas al aire libre y acción social. Entre ellos, el que mayor número de gente ha mencionado es el de convivencia en la naturaleza. Encontramos de nuevo una clara isotopía temática. También existen personas que directamente han contestado que no saben qué hacen los Scouts.

Acerca de si se conocía que existen scouts religiosos y no religiosos, un 67,69% ha contestado que sí, frente a un 32,31% que ha dicho no. Esto supone que un tercio de los encuestados desconoce que Scouts de Sevilla es un movimiento de la Iglesia Católica, y es importante tenerlo en cuenta a la hora de llevar a cabo una propuesta práctica que haga visible la naturaleza confesional de la Asociación.

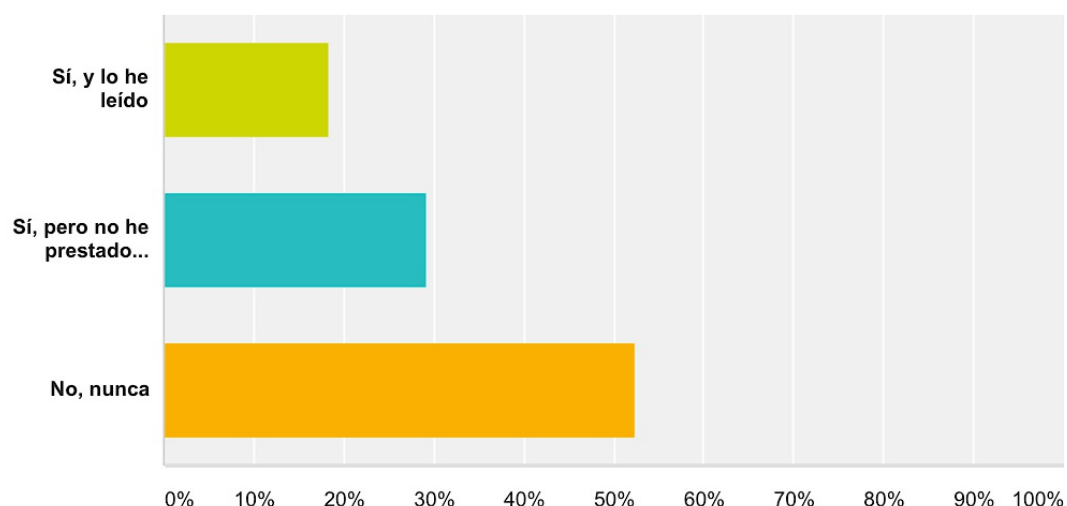


Sobre si llevaría a sus hijos a los Scouts, un 44,62% ha dicho sí. Estos lo han argumentado con que podría ser una experiencia enriquecedora, el contacto con la naturaleza es beneficioso, aprendería a relacionarse con otros niños, se enseñan buenos valores. El 49,23% ha optado por 'tal vez'. Estos, aunque mayoritariamente exponen los mismos argumentos que aquellos que dijeron sí, señalan algunas razones por las que no, como el que nunca llevarían a sus hijos a un grupo religioso, el que la elección de ser Scout sea del niño. Entre aquellos dentro del 9,23% que dice no, se explica la preferencia por otras actividades que conozca mejor, no tener claro los beneficios que ser Scout tiene, el adoctrinamiento, el que sea una agrupación demasiado ligada al catolicismo, la falta de tiempo, y que la elección sea del niño.

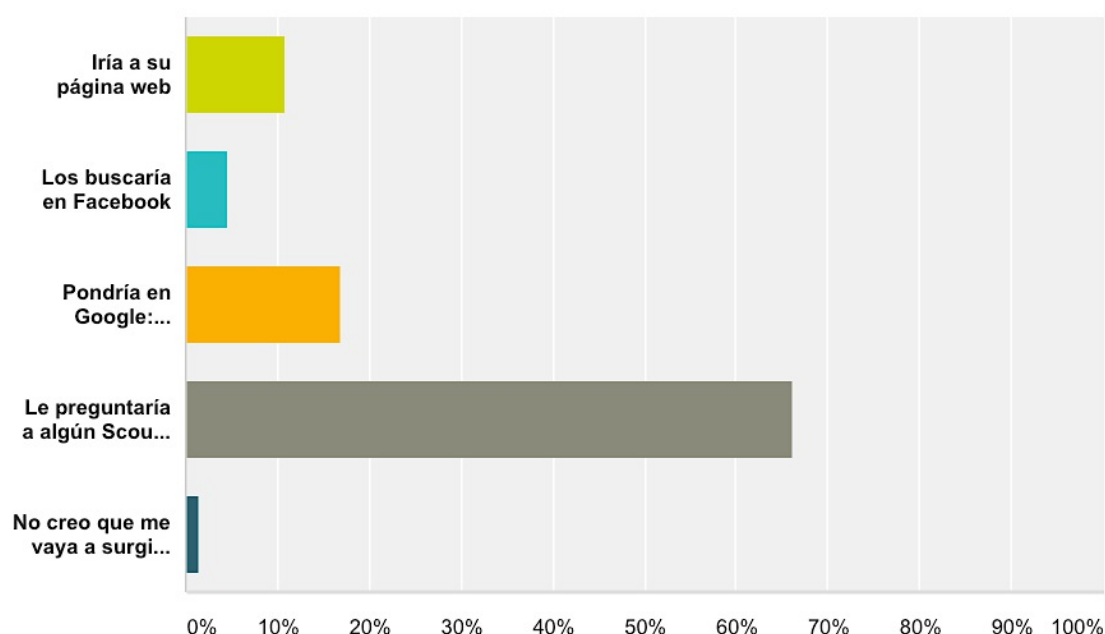
La octava pregunta va dirigida a si alguna vez se han planteado ser Scouts. El 27,69% ha respondido que sí, le gusta lo que hacen; el 21,54% ha respondido que sí, pero no tiene muy claro lo que hacen; el 26,15% ha respondido que no, ya que no sabe lo que hacen; el 12,31% ha dicho que no, no le gusta lo que hacen; y existe un 12,31% que ha decidido responder 'otro' y ha especificado en los comentarios. Entre estos la mayoría dice no, aunque con diferentes argumentos. Algunos señalan la falta de tiempo, otros por las orientaciones religiosas, otros por haber adquirido ya compromiso con otro grupo, otros por no conocer a nadie que forme parte del movimiento, otros porque no les llama la atención, y otros porque no sabían que existían o directamente nunca se lo han planteado. Esto denota cierta incoherencia en el discurso con respecto a la confusión reflejada anteriormente, ya que a la hora de posicionarse sobre la participación en el movimiento parece que la desinformación no ocupa un lugar relevante, y que el desacuerdo con los principios toma protagonismo.



En cuanto a si han visto alguna vez algo publicado en las redes sociales sobre Scouts de Sevilla, el 52,31% nunca ha visto nada, el 29,23% sí lo ha visto pero no ha prestado atención, y el 18,46% lo ha visto y lo ha leído.



Vemos que la mayoría nunca ha visto nada publicado, lo cual enlaza con la carencia que se destacó en los discursos de los miembros a cerca de las redes. No obstante, si los ciudadanos tuviesen curiosidad sobre los Scouts de su zona, el 66,15% le preguntaría directamente a algún Scout que conozca, el 16,92% pondría en Google la palabra “scouts”, el 10,77% iría a su página web, el 4,62% los buscaría en Facebook y el 1,54% de los encuestados, equivalente a una persona, no cree que le vaya a surgir interés por los scouts.



12.-Discusión y presentación de resultados

En cuanto al discurso de la Asociación de Scouts de Sevilla, teniendo en cuenta tanto las bases institucionales como las opiniones de los diferentes miembros de la institución, podemos percibir algunas singularidades. Por una parte, se observa una filosofía, tanto del movimiento federativo como de la Asociación, bien definida. Ésta se basa en la educación integral de las personas tomando como referente el modelo propuesto por la doctrina social de la Iglesia, y se sustenta en valores como la justicia, la libertad, la solidaridad y el trabajo por los derechos humanos. Todo esto se lleva a cabo mediante actividades, campamentos y acampadas con los educandos. Las estructuras y modelos de gobierno también parecen estar asentados. Los más de 6000 scouts de Andalucía se reparten por Asociaciones que a su vez se dividen en grupos. Dentro de cada asociación, se establece un Consejo Diocesano que representa a la misma y que asume una serie de cargos y tareas como presidencia, tesorería, animación pedagógica, etc. Sin embargo, no existe la figura del encargado de las estrategias de comunicación en Scouts de Sevilla, recayendo estas tareas en el secretario técnico, el cual tiene muchas otras tareas que llevar a cabo de índole muy diferente. La falta de coordinación resulta en una gran carencia en la comunicación institucional de la Asociación. Estas carencias se resumen en que toda la organización productiva del discurso (Rodrigo, 1995) recae en una única persona. Esto se percibe como muy negativo, tanto por volumen de trabajo, como por la falta de contraste en la producción de discursos. Además, esto conlleva una falta de presencia en el ecosistema comunicativo de los *mass media*.

En cuanto a los discursos de los miembros, podemos identificar que destacan el valor de la amistad, la naturaleza y el compromiso, sin embargo, a la hora de pensar en qué son los Scouts, tan solo una única persona de entre todos los encuestados hizo mención a los tres pilares Scout: lealtad, pureza y abnegación. Esto lleva a razonar un alejamiento de las bases y el método mediante el cual se formó y se ha ido construyendo el escultismo. La mayor parte de los encuestados, además, opina que los miembros de la Asociación no son del todo conscientes de lo que son y de la influencia social que tienen. Esto deja ver una situación de desconfianza de la Asociación en sí misma, lo cual puede ser causa de problemas de coherencia y, por tanto, desmotivación y pérdida del sentido de unidad.

Con respecto a la opinión que los emisores perciben de los receptores externos a la Asociación se observa mucha desinformación, pero se es consciente de la responsabilidad que atañe a los emisores en cuanto a esto y de la falta de medidas para combatirlo. No obstante, existe sensación positiva a cerca de la huella que se ha dejado en aquellas personas que sí han entrado en

contacto con el movimiento, quedando éstas contentas y asombradas por el trabajo que se realiza. En cuanto a las redes sociales, la gran mayoría de los grupos hacen uso de ellas y publican aproximadamente una vez a la semana. Sin embargo parece que el contenido no es el adecuado, ya que la sensación es de que no queda bien reflejado ni quiénes son ni lo que hacen. Lo mismo ocurre con las redes y la web de la Asociación en su conjunto, destacando que buena parte de los entrevistados han afirmado que ni siquiera ellos mismos visitan ni hacen uso de ellas. No obstante, existe un discurso predominante que considera que un mejor uso de las mediaciones es necesario, lo cual denota conciencia acerca del problema pero no de las soluciones.

Una vez analizados los discursos, es posible identificar una serie de debilidades en la comunicación actual de Scouts de Sevilla. Estas serán las que se intentarán superar mediante la elaboración de un plan de comunicación que sea efectivo para construir la imagen que la Asociación pretende proyectar sobre si misma:

- Falta de cargo y asignación real de las tareas de comunicación corporativa.
- Alejamiento de los principios y bases del movimiento.
- Desconfianza de la Asociación en cuanto a sí misma.
- Falta de coherencia, motivación y sentido de unidad.
- Desinformación y estereotipos en la ciudadanía.
- Contenido desacertado en las redes.
- Corto alcance hacia los receptores.

Por tanto, de manera general, vemos que para solucionar los problemas comunicativos planteados es necesario:

- Definir bien las tareas que se deben llevar a cabo y asignar a una o varias personas que las asumirían.
- Informar a los miembros de la Asociación sobre la tradición que les antecede para que sepan de dónde vienen y así construyan hacia dónde quieren ir.
- Mejorar la comunicación interna con herramientas que permitan aunar criterios y reforzar el sentimiento de Asociación.
- Tomar medidas para informar a los ciudadanos y así eliminar los estereotipos, no sólo de manera puntual, sino en un proceso de continua construcción de la imagen que defina a Scouts de Sevilla.

A continuación se ofrecen una serie de medidas concretas que, a modo de propuesta y combinadas con las estrategias existentes que sí eran útiles, pretenden contribuir a la mejora de la comunicación integral de la Asociación de Scouts de Sevilla. Estas pretenden solucionar el problema de opacidad y confusión que hemos comprobado que existe, para así caminar hacia la coherencia entre la identidad que se pretende proyectar y la imagen que de Scouts de Sevilla mantienen los ciudadano.

13.-Propuesta práctica para la Asociación de Scouts de Sevilla

Para el plan de comunicación utilizaremos la estructura que plantea el Centro Europeo de Empresas e Innovación de Galicia. Éste, a pesar de estar dirigido a pequeñas y medianas empresas, nos parece adecuado a la hora de abarcar todos los ámbitos que conlleva un plan de comunicación integral. También nos guiaremos por lo aprendido en *Comunicación total* y *Perfiles profesionales* con el fin de recoger tanto los aspectos que son correctos en cuanto a la comunicación actual, como aquellos en los que se desea mejorar. Siendo así, seguiremos el siguiente índice:

- 13.1 El manual de comunicación corporativa
- 13.2 Comunicación externa
 - 13.2.1 Estrategias de marketing
 - 13.2.2 Comunicación web
- 13.3 Comunicación interna
- 13.4 Comunicación en crisis
- 13.5 Relaciones públicas y gestión de medios
- 13.6 Responsabilidad social corporativa
- 13.7 Organigrama de cargos para la comunicación

13.1 El manual de comunicación corporativa

La comunicación corporativa, en el caso de la Asociación de Scouts de Sevilla, está compuesta por una serie de procesos que dan lugar al discurso o mensaje que ésta emite de sí misma a sus destinatarios. El sistema corporativo está compuesto por: identidad corporativa e imagen corporativa.

- ❖ La identidad corporativa es la esencia de la Asociación, expresada a través de su presencia, sus actuaciones y sus manifestaciones. Esta puede dividirse en dos componentes:
 - Identidad conceptual: La filosofía, misión o ética de la misma.
 - Identidad visual: Logo, tipografía, códigos cromáticos...

- ❖ La imagen corporativa es lo que la sociedad cree que la Asociación es. Esta percepción está basada en la personalidad, la cultura y el comportamiento de la empresa en cuanto a su comunicación.

Teniendo en cuenta que la identidad conceptual queda recogida tanto en los estatutos como en el Reglamento de Régimen Interno de la Asociación, y la imagen corporativa la hemos analizado previamente al estudiar los diferentes discursos de los receptores, queda pendiente una revisión de la identidad visual, la cual comprende principalmente el logo y su comportamiento en los distintos medios (documentos, folletos, dossiers, web, mobiliario, señalética, etc). Actualmente, el logo utilizado por la Asociación de Scouts de Sevilla es el siguiente:



Se trata de un imagotipo, “versión gráfica estable del nombre acompañada de un signo no verbal que posee la función de mejorar las condiciones de identificación al ampliar los medios” (Chaves, 1988: 51). Parece adecuado su diseño, ya que se trata de un identificativo muy completo donde podemos diferenciar el nombre de la Asociación y también el símbolo internacional que representa a todos los Scouts del mundo (la Flor de Lis). Además, este símbolo se fusiona con una representación de la Giralda, lo cual supone un ensalzamiento del sentimiento de pertenencia a su ciudad por parte de los integrantes, y una imagen de orgullo y compromiso con la misma de cara al exterior. Sin embargo, encontramos las siglas MSC (Movimiento de Scouts Católicos), hecho destacable puesto que a pesar de aparecer en el logo la gente no es consciente del carácter religioso del mismo. Como veíamos en las respuestas de los cuestionarios, el 32,31%, es decir, un tercio de los entrevistados, desconocía que existiesen los scouts religiosos. Por tanto, sería recomendable modificar el diseño del logo de manera que el carácter religioso quedase patente, o incluso plantear un cambio en el nombre de la Asociación. Nuestra propuesta es la siguiente:



Los imagotipos presentan como características la estabilidad, la memorabilidad y la diferenciación (Chaves, 1988) así que hemos optado por hacer modificaciones en el texto pero conservando la forma y el estilo. Cabe destacar que el cambio realizado tendría una serie de consecuencias que *a priori* podrían verse como negativas. Esto es así puesto que el 49,23% de receptores potenciales de Scouts de Sevilla respondió que sólo tal vez se plantearían llevar a sus hijos a los Scouts y, de entre ellos, muchos argumentaban el carácter religioso como impedimento para que esto sucediese. Por tanto, al aparecer claramente en el logo y recobrar importancia el carácter religioso del mismo, se podría predecir una pérdida de participantes aunque una fidelización de aquellos que permanecen y defienden las bases del movimiento.

El objetivo corporativo de la Asociación debería ser mantener la integridad del discurso, teniendo en cuenta tanto la identidad conceptual como la identidad visual. Para ello, es necesario cuidar la comunicación de los beneficios de que la Asociación exista por todo lo que aporta a la sociedad, y también los aspectos formales: informes, revistas, folletos, etc. Por ejemplo, mostramos a continuación una propuesta de folleto del que se haría entrega a los ciudadanos. El diseño es de elaboración propia y su contenido ha sido producido a partir de las isotopías que hemos detectado en nuestro análisis:



Puedes encontrar en cada grupo Scout las siguientes "ramas":

- Castores: 6 a 8 años
- Lobatos: 8 a 11 años
- Rangers: 11 a 14 años
- Pioneros: 14 a 17 años
- Rutas: 17 a 20 años
- Responsables: A partir de 18 años



¿A qué esperas?

No dudes en contactar con nosotros si estás interesado en ser Scout o si necesitas más información a cerca de nuestra Asociación.



Scouts de Sevilla MSC



@ScoutsdeSevilla



Scouts de Sevilla

MSC

Movimiento de Scouts Católicos de Andalucía

Contacto

c/ Antonio Susillo 30, 41002 Sevilla, España
www.scoutsdesevilla.com/web/

"Dejemos el mundo un poco mejor que como lo encontramos." R. Baden Powell



"Educamos por un mundo mejor"

Nuestro trabajo está centrado en la educación infantil y juvenil, abarcando colectivos de jóvenes de edades comprendidas entre los 6 y los 20 años. Las actividades que realizamos se llevan a cabo a través de los diferentes grupos scout que componen la asociación. Actualmente contamos con grupos scout tanto en Sevilla capital como en determinadas localidades de la provincia. Entre todos los grupos suman un total de 930 miembros, de los cuales 140 son educadores, siendo ellos quienes planifican, programan y realizan dichas actividades.

¿Qué es Scouts de Sevilla?

En Sevilla capital encontramos grupos Scout en el Polígono Norte, Sevilla Este, la Alameda de Hércules, Nervión, Triana-Los Remedios, Bami y El Porvenir. Así mismo, en la provincia contamos con grupos en Mairena del Aljarafe y Montequinto.

Nuestra tarea consiste en educar a jóvenes para que trabajen por un mundo mejor, en términos de respeto, igualdad, justicia y derechos.

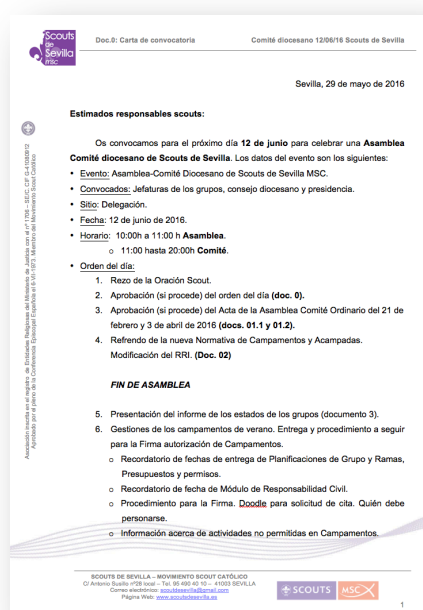
Scouts de Sevilla M.S.C. se constituye hace 50 años como entidad de naturaleza asociativa y sin ánimo de lucro, siendo miembro federado y fundador, del Movimiento Scout Católico (MSC), que agrupa en el ámbito estatal a las diferentes asociaciones scouts diocesanas.



Nuestro método se basa en la vida en la naturaleza mediante campamentos y acampadas, la integración en un grupo de compañeros y amigos, la promesa Scout como símbolo del compromiso, la educación por la acción y el acompañamiento de un responsable.

Estos se entregarían en las sedes de los diferentes grupos y en la delegación a padres que se acercasen a preguntar. También sería aconsejable programar un día a comienzos del curso en el que los responsables de cada grupo los repartiesen a los viandantes de su zona de influencia.

Encontramos que el logo se hace presente en la página oficial de Facebook⁶ y comunicados oficiales:



También podemos encontrarlo en la página web de Scouts de Sevilla⁷:



⁶ Recuperado de <https://www.facebook.com/scoutdesevilla/?fref=ts> el 5 de junio de 2016.

⁷ Recuperado de <http://scoutdesevilla.com/web/> el 5 de junio de 2016.

Sin embargo, si nos fijamos en las redes sociales y páginas web de los distintos grupos que conforman Scouts de Sevilla, identificamos que normalmente ellos tienen un logo propio de su grupo, y olvidan normalmente hacer uso de aquel que les representa de manera conjunta. A continuación analizaremos la identidad visual de los perfiles de Facebook para identificar carencias y debilidades de los mismos.

En el perfil de Facebook del Grupo I Norte⁸ vemos que no se utiliza logo pero sí una cabecera donde se distingue un identificativo grupal. Como foto de perfil optan por hacer visible a algunos de los integrantes del grupo. Observamos que el carácter asociativo no se ve reflejado de ninguna forma en el perfil. Nos llama la atención que además la palabra “Scout” únicamente aparece en el nombre. Sin embargo sí dejan reflejada su presencia en la parroquia mediante la última publicación.



En el Grupo III Aljarafe⁹ reconocemos el logo de grupo como imagen de perfil y al ser una flor de lis puede llegar a identificarse que es un grupo Scout. Añadir “Msc” al nombre muestra la preocupación por hacer visible su carácter católico, sin embargo esta es una estrategia errónea ya que los ciudadanos no conocen qué significan estas siglas. Por el contrario, es positivo que aparezca en la descripción que es un grupo de voluntarios de “SCOUTS CATÓLICOS DE ANDALUCÍA”.



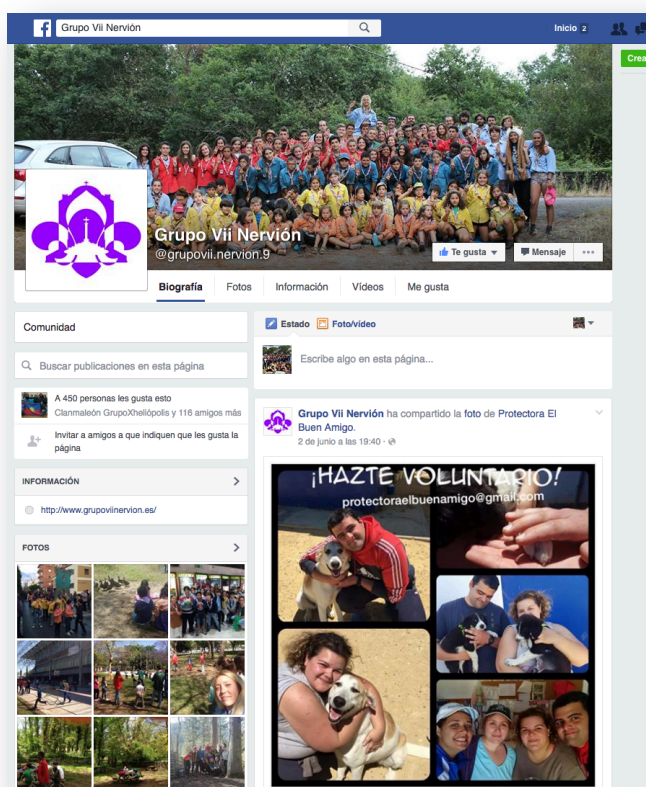
⁸ Recuperado de <https://www.facebook.com/gruposcout.launonorte?fref=ts> el 5 de junio de 2016.

⁹ Recuperado de <https://www.facebook.com/profile.php?id=100008824110337&fref=ts> el 5 de junio de 2016.

En el Grupo V Casco Antiguo¹⁰ también echamos en falta que aparezca la palabra Scout. Sin embargo valoramos como muy positiva su portada, en la que aparece una frase que recoge la motivación y razón de ser del escultismo: “Educando por un mundo mejor.” La pertenencia a la Asociación no se hace visible aunque sí su identidad de parroquia mediante una felicitación a “su párroco Marcelino en su día” en su última publicación.



En el perfil del Grupo VII Nervión¹¹ vemos una vez más el logo de Grupo pero ningún identificativo que haga referencia a la Asociación ni al carácter católico. Tampoco aparecen palabras clave como Scout, educación o valores, aunque sí vemos el apoyo a otros colectivos como es la Protectora El Buen Amigo ya que ha compartido una foto publicada por ellos. También consideramos positivo mostrar a los integrantes del grupo en la foto de portada.



¹⁰ Recuperado de <https://www.facebook.com/Grupo-V-Sevilla-1484808775148586/?fref=ts> el 5 de junio de 2016.

¹¹ Recuperado de <https://www.facebook.com/grupovii.nervion.9/?fref=ts> el 5 de junio de 2016.

En el Grupo VIII Triana¹² se identifica el carácter Scout, aunque no asociativo ni católico. Además reconocemos que hace más de un año que no publica, lo cual valoramos como muy negativo. Tampoco creemos que sea correcto identificarse como “Formación académica”. Sí vemos positivo mostrar a los integrantes en la portada y que aparezca la pañoleta del grupo. También valoramos positivamente que aparezca la ubicación de su sede y los datos de contacto en la descripción.



En el perfil del Grupo X Heliópolis¹³ no aparece ningún identificativo de grupo ni asociativo. Vemos positivo que se haya compartido una publicación de Scouts MSC donde se recoge la razón de ser de los scouts: “Dejo el mundo mejor de cómo lo encontré.” También encontramos que en la portada se reconoce tanto la importancia de la naturaleza como la defensa de los ideales del escultismo: “Cualquier cosa que puedas concebir y creer, puedes lograrla.” Sin embargo solo se ve el carácter católico en la descripción.



¹² Recuperado de <https://www.facebook.com/gst triana/?fref=ts> el 5 de junio de 2016.

¹³ Recuperado de <https://www.facebook.com/grupox.heliopolis?fref=ts> el 5 de junio de 2016.

La presencia del logo de Scouts de Sevilla, aunque fuese de manera complementaria al logo de cada grupo, reforzaría el sentido de unidad que hemos mencionado anteriormente, y de cara al exterior sería más fácilmente identificable a cada grupo como miembro de un todo, que es Scouts de Sevilla. Además, esto facilitaría al público la identificación de las bases en las que se sustenta el movimiento, su filosofía, y la localización de la información conjunta de la Asociación.

Es también destacable que, a primera vista, el contenido publicado en los diferentes perfiles de Facebook recoge mediante mensajes e imágenes algunas de las palabras que los encuestados decían cuando se les preguntaba por las 3 primeras imágenes mental que le atribuyen al movimiento. Por ejemplo, podemos encontrar compromiso, servicio y responsabilidad en afirmaciones como: “Soy Scout y dejo este mundo mejor de cómo lo encontré” o “Educando por un mundo mejor”. También encontramos naturaleza y campamento en la mayoría de las fotos de los diferentes perfiles. Una de las palabras que no se hace presente es “amistad”. Ésta se podría atribuir a aquellas fotografías donde aparecen varios Scouts o incluso el grupo entero. No obstante, su no aparición explícita también es reflejo de porqué entre aquellas palabras que dijeron los ciudadanos sí está grupo, compañerismo o uniforme, pero no amistad. Es destacable que otras mencionadas por los ciudadanos como supervivencia, medallas, secta o disciplina tampoco se hacen presentes.

Es preciso señalar que el logo no está presente en la fachada del local donde está situada la Delegación de Scouts de Sevilla. Además su presencia es muy descuidada y sin ningún tipo de identificativo. Esto genera muy mala imagen a los que acuden a ella y hace que pase desapercibida para los que no la conocen. Modificar la fachada y su señalética ayudaría a dar una imagen que se correspondiera con la que se proyecta a través de otros medios. Además, esta es especialmente importante, ya que forma parte de la imagen que la ciudadanía recibirá al hacerse presente en el sitio, y puede que devalúe la imagen que se haya podido crear a través de medios no presenciales como la web, las redes sociales, etc. A continuación ofrecemos tanto el estado en el que se encuentra la fachada de la delegación actualmente, como nuestra propuesta para el nuevo diseño:



Se puede destacar positivamente el uso de enaras y banderas en los actos oficiales. Estos dotan de profesionalidad y confianza a la identidad visual. Podemos ver que en la enara, de manera simple y clara, aparece la flor de Lis, como hemos dicho, representativa a nivel mundial del movimiento Scout, fusionada con la Giralda, al igual que ocurre en el logo. Además, aparece el nombre de la Asociación y la palabra “Educando”, lo cual se considera una elección acertada ya que nos reenvía al carácter educativo del movimiento. También aparecen datos de contacto y la dirección.



Otro aspecto positivo es la elaboración de una Memoria a final de cada curso, haciéndose pública a comienzos del curso siguiente. Esta es fundamental a la hora de transmitir qué hace la Asociación y debe ser lo más completa posible. Hasta ahora ha constado de los apartados: presentación, el movimiento Scout, método Scout, las ramas, fines educativos, grupos, plan general, consejo diocesano, institucional, acción social, formación del voluntariado, fe, naturaleza, eventos y festividades, gestión y estadísticas. Sería muy interesante, y favorecería a la buena imagen, añadir un apartado destinado a la comunicación financiera, en la cual se hiciera un informe de los datos económicos de la Asociación. La no presencia de este apartado puede que haya aportado confusión a la actividad Scout. Además, sería aconsejable la distribución de esta memoria anual en web y redes sociales, y de manera directa hacia las entidades con las que se colabora. Esta memoria probablemente sea una de las herramientas más útiles para aportar transparencia a la institución.

A continuación mostramos la portada e índice de la última memoria publicada por Scouts de Sevilla, y una propuesta con mejoras:



SUMARIO	
Presentación	3
El movimiento Scout	4
Método Scout	5
Las ramas	6
Fines educativos	7
Grupos	8
Plan general 2014	10
Consejo diocesano	11
Institucional	12
Acción social	14
Formación del voluntariado	16
Fe	18
Naturaleza	20
Eventos y festividades	22
Gestión	24
Estadísticas	25

En cuanto al contenido, de partida podemos intuir que es bastante completo. Sin embargo, en cuestión de diseño, se observan algunos aspectos mejorables. Teniendo en cuenta que en los cuestionarios las palabras más nombradas por los ciudadanos fueron *naturaleza*, *campamento*, *niños*, *aventura* y *campo*, podemos asumir que el contacto con la naturaleza está interiorizado. Por tanto, en vez de usar para el índice un cartel de estilo rural, se podría hacer un diseño que potenciase otro tipo de factores menos conocidos por los receptores potenciales de Scouts de Sevilla. Además, considerando el público al que va dirigido (ciudadanos y colaboradores) creemos que un diseño más formal sería beneficioso para la imagen de la Asociación. También nos parece apropiado añadir elementos formales como un pie legal que sitúe a la Asociación y los logos de Scouts mundial y Scouts MSC que doten de legitimidad.

Aquí presentamos nuestra propuesta para el diseño de la memoria de Scouts de Sevilla:



MEMORIA ANUAL

Registro de las actividades
realizadas por la
Asociación de Scouts de Sevilla
(Movimiento Scout Católico)
durante el año

2015



Asociación inscrita en el registro de Entidades Religiosas del Ministerio de Justicia
con el nº 1706 – SE/C. CIF G-41080912. Aprobado por el pleno de la Conferencia Episcopal
Española el 6-VII-1973. Miembro del Movimiento Scout Católico

Hemos mantenido la estructura para la memoria ya que nos parece muy completa. Tras haber reconocido una gran carencia informativa nos parece apropiado facilitar cuanta información sea útil para mejorar la imagen de la Asociación. Por tanto, esta memoria recogerá todo aquello relacionado tanto con las bases como con el funcionamiento de la Asociación, de los grupos, del Consejo, su labor en la Iglesia y su apoyo a entidades externas. Además hemos añadido el apartado de finanzas y contabilidad con la intención de aportar transparencia de cara a todos los públicos, en especial a “aquellos con los que hay que contar para que la entidad disponga en cada momento de los recursos financieros necesarios para su crecimiento y alternativamente para su supervivencia” (Cervera, 2006: 415).

		<h1>ÍNDICE</h1>	
1	PRESENTACIÓN	9	INSTITUCIONAL
2	EL MOVIMIENTO SCOUT	10	ACCIÓN SOCIAL
3	MÉTODO SCOUT	11	FORMACIÓN DEL VOLUNTARIADO
4	LAS RAMAS	12	FE E IGLESIA
5	FINES EDUCATIVOS	13	NATURALEZA
6	GRUPOS	14	EVENTOS Y FESTIVIDADES
7	PLAN GENERAL	15	GESTIÓN Y ESTADÍSTICAS
8	CONSEJO DIOCESANO	16	FINANZAS Y CONTABILIDAD



13.2 Comunicación externa

La comunicación externa es aquella que, aparte de crear una imagen pública, pretende atraer al receptor a consumir lo ofertado. En el caso de los educandos se ofrecería diversión, hacer amigos, vivir aventuras, ir de campamento, llevar a cabo actividades interesantes. Frente a esto, a los padres se les brinda una educación de sus hijos en valores, un desarrollo integral del niño y la sociabilización del mismo. De cara a los monitores, la oferta consiste en la posibilidad de llevar a cabo un voluntariado educativo donde, de manera altruista y solidaria, se contribuye a la mejora social.

Por tanto, la comunicación externa englobaría todo lo relacionado con los procesos de captación para formar parte de la Asociación de Scouts de Sevilla, ya sea como educando, padre de educando o como monitor. En el caso de los educandos existe la particularidad de que la decisión final de pertenencia la toman los padres, por tanto, tiene una doble vertiente que necesita ser captada.

El objetivo de Scouts de Sevilla en cuanto a su comunicación externa deberá ser, por tanto, tener las herramientas para conseguir que niños, padres y monitores entren a formar parte de la Asociación en aquellos momentos en los que la Asociación lo necesite. Es decir, en un momento en el que Scouts de Sevilla necesite monitores porque haya gran cantidad de educandos en los grupos, se deberá reforzar la comunicación externa con la finalidad de persuadir a nuevos monitores. Esta persuasión irá dirigida a hacerles ver que ser miembro voluntario de Scouts de Sevilla es una forma de realizarse y colaborar por una sociedad mejor. De esta forma, además de ofrecer la posibilidad de vivir una experiencia de voluntariado, se estará cubriendo una carencia de la Asociación. Si bien existe gran número de monitores, pero pocos niños a los que formar, los esfuerzos irían dirigidos a conseguir que más niños y niñas se apunten a los Scouts. En este caso se acudirá a la diversión, las aventuras y los amigos como gancho.

13.2.1 Estrategias de marketing

El marketing está orientado a la satisfacción de las necesidades y deseos de los individuos a través de lo que hemos nombrado anteriormente que oferta la Asociación. Philip Kotler el padre de la comunicación lo define como el “proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes” BIC Galicia (2009: 46). Dentro de la comunicación externa, nos ha parecido apropiado dedicar un apartado al marketing ya que consideramos importante identificar cuál es la mejor manera de acceder a los potenciales receptores y de ofrecer lo que desean. Esto último además variará en función de los tres consumidores-modelo que hemos identificado. Tal y como vimos en los resultados de los discursos de los receptores, los ciudadanos acudirían a personas que les informasen sobre el movimiento antes de adquirir esta información por medio de la página web o las redes sociales. Teniendo esto en cuenta, la Delegación de Scouts de Sevilla tiene un papel fundamental como punto de encuentro donde las personas pueden ir a informarse. No obstante, aunque vaya a haber una persona que le explique qué es y que se hace en el movimiento, es necesario un folleto con la información básica para que la persona pueda volver a leerlo en cualquier otro momento y tome una decisión deliberada. Este procedimiento se aplicaría a aquellos receptores padres que se plantean apuntar a su hijo, y también a los que sienten curiosidad por el voluntariado. Esta estrategia sería de carácter pasivo. Sin embargo, existen una serie de procedimientos que requieren de planificación y participación activa por parte de los voluntarios. Estos son el buzoneo, la animación en puntos estratégicos de la ciudad y el marketing de guerrilla o *street marketing*. Mediante el primero, se planificarían aquellas zonas de influencia de la Asociación, y se repartiría el folleto en los buzones. El segundo consiste en la animación de niños y jóvenes en sitios públicos mediante juegos y dinámicas, de manera que se diviertan y sientan curiosidad por los Scouts. El tercero se trata de explicar a los viandantes en qué consiste el movimiento, siempre y cuando ellos accedan a escuchar la información.

No podemos olvidar que este tipo de comunicación no solo busca la buena imagen, sino también la incorporación de personas al movimiento. Por tanto, en caso de no ser necesaria la captación, estas últimas no serían oportunas. Es preciso señalar el *merchandising* como manera de lograr presencia en el entorno cercano, el cual sería muy beneficioso para Scouts de Sevilla. Aunque a menudo es utilizado de manera comercial para aumentar

beneficios, en este caso será usado para generar posicionamiento. A continuación propongo algunos ejemplos de *merchandising* que se podrían usar:



[Diseño e imagen de elaboración propia.]

13.2.2 Comunicación web

Internet y la tecnología digital ofrecen cada vez más posibilidades de llevar a cabo una comunicación efectiva. Esto es así gracias al potencial de Internet y a que el coste es mucho menor que el de otras herramientas como la televisión y la prensa.

El objetivo de la Asociación en cuanto a éste será la presencia en la web, de forma accesible y útil, ofreciendo credibilidad y contenidos que contribuyan a una correcta imagen corporativa de Scouts de Sevilla. A continuación se presentan una serie de propuestas para la mejora de la comunicación web según la mediación utilizada.

13.2.2.1 Página web

La página web existente, mediante sus diferentes apartados (Inicio, conócenos, noticias, contacto y calendario) proporciona información sobre la Asociación, qué es, qué se hace, donde está localizada, cómo se organiza, su historia, artículos y las fechas de diferentes reuniones que se llevan a cabo. Sin embargo, se observa que el contenido es estático, es decir, no está del todo actualizado y no existe una renovación constante. Además, no queda reflejada la actividad de los diferentes grupos que componen a la Asociación. De esta forma, puede ser útil para obtener información básica y acceder a

datos de contacto que permitan una vía de comunicación más personal, pero no servirá como representación de la actualidad. Se propone que, para solventar esto, se utilice la página de inicio para publicar actividades que se hayan llevado a cabo cada semana, y que se envíe como mínimo una noticia por grupo. La noticia no tiene porqué ser muy extensa, si no simplemente reflejar lo que se ha llevado a cabo. Por ejemplo, en caso de haber llevado a cabo una actividad de ecología en el Parque de María Luisa, se explicará en qué consistió, qué se aprendió, qué tipo de acciones podrían llevar a cabo los ciudadanos de Sevilla para mejorar en cuestiones ecológicas, etc. De esta forma, todas las semanas habrá contenido que publicar, y además, este podrá ser producido por los mismos niños como herramienta educativa. Esta medida proactiva también sería positiva para fomentar que los miembros de la Asociación accedan a ella, se preocupen por hacerse visibles y así también le den difusión en las redes sociales. También aconsejamos que, acompañado de la noticia, haya fotografías que muestren las acciones de manera gráfica e ilustrativa.

A continuación mostramos la página web tal y como se encuentra en la actualidad, con algunos de los errores que hemos encontrado y cómo solventarlos:

Página web en la actualidad:



Propuestas de mejora para la web:



[Diseño e imagen de elaboración propia.]

Entre los cambios podemos ver los accesos directos a Twitter, YouTube, Facebook, Instagram y el correo, lo cual facilita al usuario la navegación a través de todas las redes por las que Scouts de Sevilla se hace visible. Esto también se consigue con la presencia de los últimos *tuits* publicados en la página principal. Además se ha añadido actualidad y *engagement* a través de la petición de fotografías del campamento, y transparencia mediante el apartado titulado con el mismo nombre. Es este se encontrará todo lo relacionado con las finanzas y las sugerencias realizadas por cualquier agente externo o interno de la Asociación.

También en la página de inicio encontraríamos las noticias generadas por los propios miembros de la Asociación, tal y como explicamos anteriormente. De este modo, a la vez que se da visibilidad a las acciones que se llevan a cabo en Scouts de Sevilla, también se animaría a los integrantes a frecuentar los medios utilizados y a colaborar en la creación de los productos comunicativos.



[Diseño e imagen de elaboración propia.]

13.2.2.2 Redes sociales

Con respecto a las redes sociales, analizamos anteriormente que la gran mayoría de los grupos Scout usan Facebook, y algunos también Twitter o incluso Instagram. Estos, además, publican cada semana. Sin embargo, no creen que el contenido sea del todo reflejo de lo que son y hacen. Enlazado con lo que se ha propuesto para la página web de la Asociación, se plantea la posibilidad de que el contenido de esta y el que se publique en las redes sociales sea compartido. De esta forma, no supondrá un sobreesfuerzo. Se recomienda que este contenido conlleve elementos representativos de Scouts de Sevilla como el logo, citas de las leyes Scout o frases célebres de Baden Powell (fundador de los Scouts). También sería aconsejable que se hiciesen presente citas del Evangelio que reflejasen el carácter religioso de la Asociación.

Además, también se aconseja publicar contenido, aunque no sea propio, cada 2 o 3 días como máximo. Este contenido que se va compartiendo también es reflejo de lo que se cree y se defiende, y contribuye a crear la imagen. Puede incluir:

- Noticias sobre el movimiento Scout a nivel internacional.
- Proyectos o logros de grupos Scout ajenos a la Asociación.
- Testimonios de padres, *responsables* y niños Scout que cuenten su experiencia.
- Celebración de días internacionales como el día del niño, de la mujer, de la paz, etc.

En caso de llevar a cabo esta medida, la página de Facebook de la Asociación estaría destinada a publicar el *link* de la página web de la Asociación, donde se encuentran todas las noticias (además de información útil y de contacto), y a compartir todo aquello que esté relacionado con instituciones que les represente, ya sea la Federación de Scouts de Andalucía, Scouts MSC (representante del escultismo católico en España) o cualquier otra entidad acorde a las bases y principios de la Asociación.

Aquí ofrecemos algunos ejemplos¹⁴ de la información que se podría compartir:

¹⁴ Recuperados de <https://www.facebook.com/scouts.es/?fref=ts> y <https://www.facebook.com/ScoutSur/?fref=ts> el 21 de agosto de 2016.



Scouts MSC

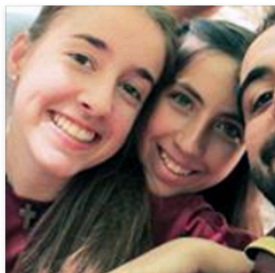
August 18 at 11:00am · 🌐

¿Cómo se explica una sonrisa de oreja a oreja a pesar de tener las piernas llenas de arañazos y picotazos, de que la piedra sobre la que has dormido tantos días ahora casi forme parte de tu espalda, de no haber usado el móvil durante dos semanas,?

Para nosotros es fácil. Simplemente somos scouts.

Lo complicado es hacerlo entender a quien no ha vivido esta maravillosa experiencia.

Aquí os recordamos algunas claves para explicar sobre nosotros:



10 cosas que la gente debería saber sobre los scouts

Hemos elegido 10, pero la verdad es que si nos ponemos a hacer una lista, veremos que podemos llegar al infinito y más allá.

SCOUTS.ES

👍 Like 💬 Comment ➦ Share

👤 Carmen Maria Oliva Márquez, Javier Alcázar and 342 others 🔝 Top Comments ▾

252 shares

Write a comment...



Marisol Martinez Primero como madre de scouts, y luego tambien como abuela, puedo decir que es una buena experiencia tanto para los niños como para los jóvenes. Aprenden lo que es el respeto, a compartir y amar la naturaleza. Para mí y para mi marido fue muy bonito poder... [See More](#)

Like · Reply · 👍 4 · August 18 at 3:22pm



Inma Aragón Así es!!!!

Like · Reply · 👍 1 · August 18 at 11:44am

[View 2 more comments](#)



SCOUTS CATOLICOS DE ANDALUCIA

July 19 · 🌐

http://movil.religionenlibertad.com/articulo_rel.asp...



Francisco pide ante cien mil scouts que sus grupos se integren más en las parroquias donde están

Los scout católicos son "una parte preciosa" de la Iglesia, ofrecen "una contribución importante a las...

MOVIL.RELIGIONENLIBERTAD.COM | BY RELIGION E...

👍 Like 💬 Comment ➦ Share

👤 21

15 shares

Write a comment...





Scouts MSC

July 29 at 12:07pm · 🌐

Desde Scouts MSC hemos colaborado en este artículo que publico el periódico [El Mundo](#) sobre la prevención y medidas de seguridad que hay que tener en cuenta en campamentos y en toda actividad scout.

Podéis leer el artículo en este enlace => <https://reporte24.net/.../los-scouts-defienden-la-seguridad-.../>



👍 Like 💬 Comment ➦ Share

👍❤️ Daniel Caballero and 146 others

Top Comments ▾

45 shares



SCOUTS CATÓLICOS DE ANDALUCÍA

March 27 · 🌐

"Jesús ha resucitado, hay esperanza para tí" (Papa Francisco) Desde Scouts Católicos de Andalucía os deseamos una Feliz Pascua de Resurrección

<http://www.scoutsur.com/?p=6868>



Feliz Pascua de Resurrección

"Jesús ha resucitado, hay esperanza para tí" (Papa Francisco) Desde Scouts Católicos de Andalucía os deseamos una Feliz Pascua de Resurrección
Relacionado

WWW.ScoutSUR.COM

👍 Like 💬 Comment ➦ Share

👍❤️ 43

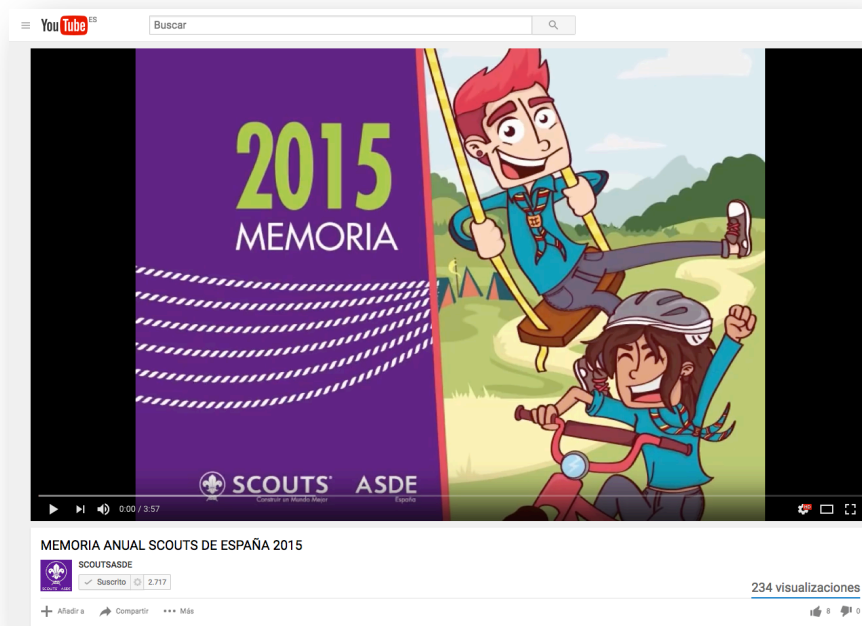
Top Comments ▾

20 shares

Un aspecto también muy importante es la interacción que llevemos a cabo con los usuarios. Valoramos muy positivamente el *feedback* que podemos ver en el primer ejemplo, donde una madre y abuela de scouts da reconocimiento al movimiento. Conseguir este tipo de reacciones son una buena forma de dar legitimidad a la imagen que se pretende generar. Para fomentarlas el administrador de la página debería proponer preguntas, concursos, animar a contar experiencias, y también agradecer cada intervención. Igualmente habría que contemplar la posibilidad de que surjan detractores. En caso de tratarse de comentarios negativos pero no dañinos la respuesta debería ser aceptar la crítica y ofrecer una visión positiva/mitigadora al respecto. Si por el contrario se trata de intervenciones destructivas se debería recurrir al bloqueo inmediato del usuario y eliminación de los comentarios. Tal y como indica Aced (2010) la persona seleccionada para ocupar este puesto de gestión de redes debe “representar a la empresa en la Red, sin llegar a ser un portavoz corporativo, sino un embajador cercano.” (Aced 2010: 42)

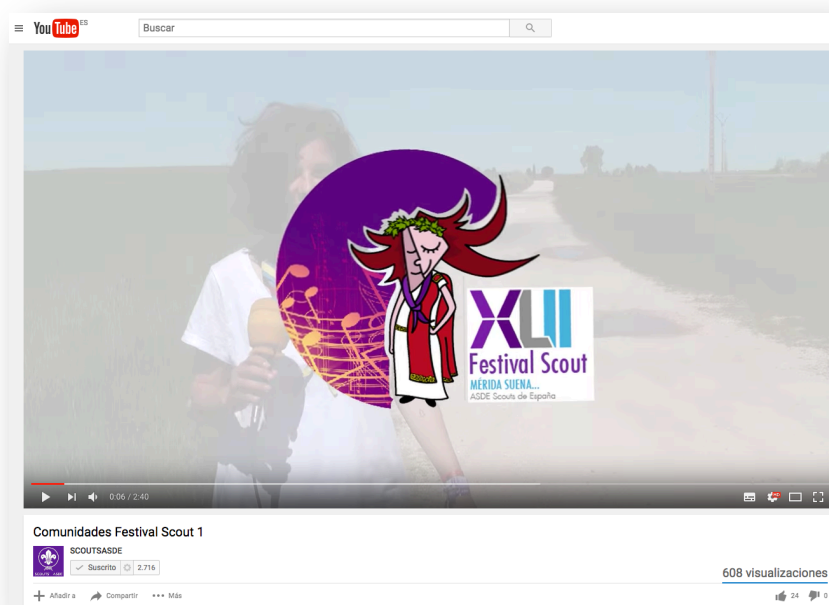
Otra propuesta consiste en la creación de un canal de YouTube, donde se mostrarían vídeos que muestren los diferentes eventos que se realizan. La publicación en este podría ser cada dos semanas, y sería positivo compartir el link de los videos en las redes sociales. Además, estos videos no tendrían por qué ser únicamente informativos, pudiendo tener diferentes temáticas o mensajes. Por ejemplo, se podría proponer a los *pioneros* (14-17 años) o *rutas* (17-19 años) que llevaran a cabo un noticiario. Para ello, al final de cada reunión preguntarían al resto de sus compañeros qué han hecho y cómo se lo han pasado. Ellos mismos lo grabarían y presentarían. Además, podrían incluir tutoriales sobre cómo hacer una mochila para el campamento, explicación de juegos que les parezcan divertidos, pequeños *sketches* o teatros, etc. Estos vídeos, no obstante, serían revisados por los monitores y se haría una selección de aquellos que llegarían a subirse al canal de YouTube. Aquellos videos que se valoren como aptos para ser subidos, se enviarán al responsable de redes sociales de la Asociación, el cual se encargará de subirlos.

Se podrían usar como referencia los videos que *ASDE Scouts de España* publica en su canal. Entre ellos encontramos, por ejemplo, una memoria anual en formato audiovisual que recoge todo lo acontecido a lo largo del 2015:



ASDE Scouts de España (2016)¹⁵

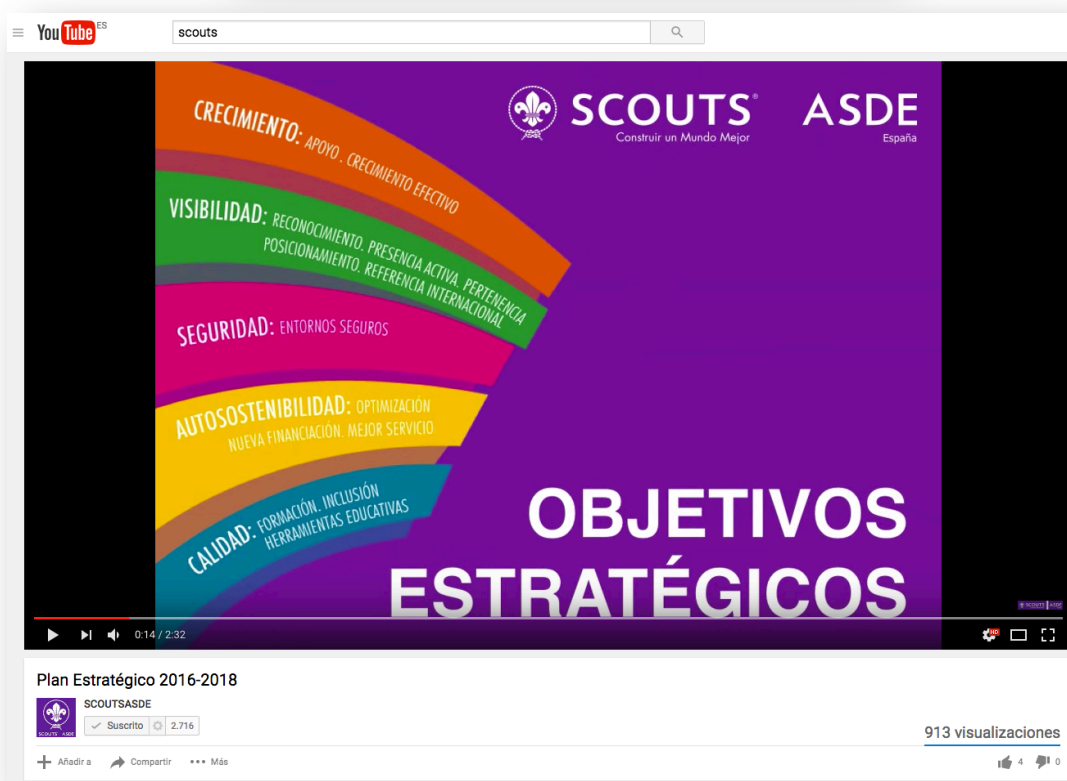
También se incluyen videos que muestran los eventos celebrados por los diferentes grupos que componen Scouts de España, como por ejemplo, el *Festival Scout*. Durante esta celebración se grabaron entrevistas y se hizo un reportaje sobre todo lo acontecido.



ASDE Scouts de España (2016).¹⁶

¹⁵ ASDE Scouts de España (2016). "Memoria Anual Scouts de España 2015" [Video]. Visto en https://www.youtube.com/watch?v=qfC5HHO_7wY el 20 de agosto de 2016.

Destaco muy positivamente un video de ASDE titulado “Plan estratégico 2016-2018”, en el cual muestran de forma atractiva e interesante sus objetivos para el periodo señalado. Esto es señal de transparencia y en este caso, además, es el video con más visualizaciones del canal:



ASDE Scouts de España (2016)¹⁷

¹⁶ ASDE Scouts de España (2016). “Comunidades Festival Scout 1” [Video]. Visto en <https://www.youtube.com/watch?v=hUX8lQw5Pwg> el 20 de agosto de 2016.

¹⁷ ASDE Scouts de España (2016). “Plan estratégico 2016-2018” [Video]. Visto en

A continuación ofrecemos una serie de indicaciones que se deberían tener en cuenta a la hora de producir estos videos:

- Debe aparecer el logo de Scouts de Sevilla a lo largo del video o, al menos, al comienzo y al final.
- La producción del video debe contar con un mínimo de calidad: cámara de alta definición, buena iluminación y calidad de sonido.
- Es recomendable la elaboración de un guión previo a la realización del mismo.
- En caso de hacer uso de locución, esta debe escucharse de manera clara y entendible.
- No se recomienda que dure más de 3-4 minutos.
- La postproducción debe ser cuidada al menos mediante la organización lógica de los planos y la presencia de logo y créditos.
- Aunque la temática es libre, los videos deben estar relacionados con la actividad de la Asociación y de los grupos.
- No podrá aparecer ningún educando menor de 18 años sin que la Asociación tenga permiso de uso de sus imágenes. Para ello los padres deben firmar un documento que recoja el acogimiento a la Ley Orgánica de Protección de Datos.
- En ningún caso los videos podrán ofrecer imágenes que entren en contradicción con las bases y principios del movimiento.

13.3 Comunicación interna

La comunicación interna se centra en el capital humano y consiste en el proceso mediante el cual se implica en el proyecto a todos los miembros de la Asociación. Esto tiene como consecuencia un clima de trabajo agradable, confianza, coherencia y motivación.

El objetivo de Scouts de Sevilla debería ser la mejora de la comunicación interna como medio para que la Asociación camine en una misma dirección. Esta dirección no será entendida como imposición, sino que se decidirá mediante el acuerdo entre los miembros y sus diferentes discursos. Es, para ello, muy importante el *feedback* o retroalimentación entre los mismos. En esta sección nos centramos en los voluntarios del movimiento.

Para llevar a cabo una correcta comunicación interna, se aconseja llevar a cabo una serie de medidas:

-Crear un manual de bienvenida que explique a los nuevos voluntarios en qué consiste Scouts de Sevilla, incidiendo en cuál es su historia y su razón de ser. Este debería contener los siguientes apartados:

- Portada y contraportada con un diseño personalizado y creativo que contenga el logo de Scouts de Sevilla y del Movimiento Scout Católico.
- Carta o mensaje de bienvenida del presidente de la Asociación.
- Presentación de la Asociación: datos históricos, pertenencia a la Federación de Scouts de Andalucía, fundadores, misión y valores de la Asociación, etc.
- Organigrama y funcionamiento interno de Scouts de Sevilla: cargos y responsabilidades.
- Directorio y calendario con fechas importantes.

A continuación presentamos la propuesta de diseño para la portada e índice del mismo:



Asociación inscrita en el registro de Entidades Religiosas del Ministerio de Justicia con el nº 1706 – SE/C. CIF G-41080912
Aprobado por el pleno de la Conferencia Episcopal Española el 6-VII-1973. Miembro del Movimiento Scout Católico

Manual de Bienvenida

GUÍA PRÁCTICA PARA EL VOLUNTARIADO

EN SCOUTS DE SEVILLA M.S.C.

(Movimiento Scout Católico)

C/ Antonio Susillo nº28 local – Tel. 95 490 40 10 – 41002 SEVILLA

Correo electrónico: scoutdesevilla@gmail.com

Página Web: www.scoutsdesevilla.com/web



SCOUTS®
Construir un Mundo Mejor



[Diseño e imagen de elaboración propia.]

ÍNDICE PARA CONOCER EL VOLUNTARIADO EN



Asociación inscrita en el registro de Entidades Religiosas del Ministerio de Justicia con el nº 1706 – SE/C. CIF G-41080912
Aprobado por el pleno de la Conferencia Episcopal Española el 6-VII-1973. Miembro del Movimiento Scout Católico



Carta o mensaje de bienvenida del presidente de la Asociación.



Glosario

Presentación de la Asociación:



-Datos históricos

-Pertinencia a la Federación de Scouts de Andalucía

-Fundadores

-Misión y valores de la Asociación



Organigrama y funcionamiento interno de Scouts de Sevilla:
cargos y responsabilidades.



Directorio y calendario con fechas importantes.



-Llevar a cabo un boletín interno con noticias y logros de los miembros, el cual se enviará mediante el correo y mostrará situaciones o eventos importantes, tales como graduaciones, viajes donde se han visitado lugares emblemáticos para el escultismo, participación en los sacramentos (confirmaciones, bodas...), etc. Debido al carácter cercano y de naturalidad que se promueve en Scouts de Sevilla, es posible llevar a cabo medidas como esta.

-Buzón de sugerencias localizado en la delegación.

-Todos los voluntarios tendrán acceso a todas las actas de las diferentes mesas de trabajo y a la documentación importante (directorio, estatutos, Reglamento de Régimen Interno, presupuestos, permisos, etc). Toda la documentación será archivada en Google Drive, y al comienzo de cada curso se actualizarán los permisos de acceso a las carpetas del mismo, añadiendo a las personas que podrán consultarlos y eliminar a las que ya no formen parte de la Asociación. Además, a través del correo, se informará de las modificaciones que se vayan realizando en las carpetas.

-Se creará *merchandising* específico para los voluntarios miembros de Scouts de Sevilla, como pueden ser camisetas, chapas, bolsas, bolígrafos, etc. Esta será una herramienta que hará visible los signos distintivos del colectivo en prácticas cotidianas y espacios no marcados por este. Además, ayudará a generar sentimiento de pertenencia al grupo dentro de los voluntarios de la Asociación.

-Se organizarán reuniones con carácter de distensión, y se celebrarán eventos internos, tales como el aniversario Asociativo. En las reuniones asamblearias se discutirán temas que se consideren de importancia para el buen funcionamiento de la Asociación. Estas se llevarán a cabo en lugares públicos de uso ciudadano, como puede ser el centro cívico Las Sirenas, situado a pocos metros de la Delegación.

-Se realizarán encuestas periódicas por vía telemática, mediante el correo o las redes sociales, en las que se preguntará a los voluntarios sobre su bienestar en la Asociación, su grado de implicación, su percepción sobre el trabajo que se está realizando, etc. Así, además de ser una herramienta de *feedback* importante, también se estarán generando hábitos de participación, conexión entre los miembros de la Asociación y debates internos.

13.4 Comunicación en crisis

La comunicación en crisis prevé las acciones que se deberían llevar a cabo para defender la imagen de Scouts de Sevilla en caso de que ésta se pudiese ver dañada por sus propias acciones. Es importante detectar las situaciones que podrían darse previamente, ya que sus consecuencias pueden ser fatales. Para proporcionar líneas de actuación a llevar a cabo en situación de crisis, vamos a guiarnos por *Comunicación total* de Ángel Luis Cervera Fantoni (2006) y además vamos a tomar como referencia el *Manual de Comunicación de Crisis* de ASDE Scouts de España. En este último se define la crisis latente como “un problema que comienza a nivel interno y que puede evolucionar a una crisis corporativa en cualquier momento, pero se puede mantener bajo control con seguimiento y planificación”. En *Comunicación total* encontramos que las características de una situación de crisis son: el factor sorpresa, la información dispersa o insuficiente, la rapidez de los acontecimientos, la implicación de los medios de comunicación y la sensación de pérdida de control debido a las circunstancias (Cervera, 2006: 355).

Entre las acciones críticas que Scouts de Sevilla podría sufrir encontramos:

- Acoso, daños físicos o psíquicos a miembros de la Asociación, inmoralidad, denuncias o multas graves, etc.
- Enfermedad grave, extravío de un educando o muerte ocasionada por acciones imprudentes de uno o varios voluntarios.
- Acoso por parte de algún educando a otro.
- Irregularidades económicas, involucración de miembros en escándalos.
- Incendios, destrucción del hábitat.

Hay multitud de situaciones que podrían surgir y siempre se debe estar preparado para cualquiera de ellas. Además, las actuaciones que se lleven a cabo en estas circunstancias contribuirán a agravar o mejorar la situación, por tanto es importante mantener la calma, la transparencia y mucha organización.

Las pautas que se aconsejan seguir son:

-Evaluar el problema y su gravedad, para no llevar a cabo medidas de manera prematura y/o desmesurada. Una comisión de crisis se encargaría de esta evaluación. Estaría formada en primera instancia por los jefes del grupo. En caso de estos valorar que se trata de un problema leve, ellos mismos serían los encargados de tratar la situación y tomar decisiones. Si valorasen que están frente a una problemática de gravedad media, se reunirían los responsables del grupo, la jefatura y Presidencia. Si el problema fuese grave o muy grave, deberían acudir al resto de jefaturas de los distintos grupos, al Consejo y a Presidencia. Si se estimase oportuno, se citaría una Asamblea de carácter urgente.

-Recopilar toda la información. Para ello, se deberán responder las siguientes preguntas: Exactamente, ¿cuál es el problema?, ¿cómo, desde cuándo y por quién tenemos la información?, ¿qué daño o perjuicio ha sido causado a las personas o a la propiedad?, ¿está el daño bajo control?, ¿quién lo sabe y qué, interna y externamente?, ¿podemos conseguir más y mejor información sin agravar la situación?, ¿cuáles son las posibles tendencias y escenarios?.

-No especular y no mentir, ya que la falsedad puede conducir a la Asociación a la desconfianza e incredulidad permanentes.

-Es también necesario preguntarse hasta dónde querríamos perder y qué nos gustaría salvar.

-Establecer formalmente comunicados y mantener informados a los afectados. Es mejor generar noticias “controladas” a que haya información compartida y modificable por otros. Esto se haría mediante comunicados oficiales en los medios que se estimen oportunos, dependiendo de la gravedad del problema. A modo de ejemplo nos gustaría señalar la manera de proceder de ASDE Scouts de España frente al fallecimiento de uno de sus educandos en un accidente en el Cañón de Añíscolo. Ese mismo día (19/07/2016) la Asociación publicó un comunicado en su web y redes sociales con sus condolencias. En este además aseguraban la atención que se presta a las condiciones de seguridad de sus educandos y a la formación de sus monitores. También tanto ASDE como MSC colaboraron en la redacción de un artículo publicado en El Mundo en el cual se detallaba el trabajo que se hace por prevenir este tipo de accidentes. Posterior a todo ello además se ha hecho un seguimiento exhaustivo dando

respuesta a muchos de los comentarios negativos que se generaban en las publicaciones. Aunque a veces la mejor respuesta es el silencio nos parecen adecuadas las respuestas que en este caso se dieron. A continuación mostramos algunas de las publicaciones¹⁸ que hemos comentado:



COMUNICADO DE ASDE SCOUTS DE ESPAÑA SOBRE EL ACCIDENTE EN EL CAÑÓN DE AÑISCLO

19 julio 2016 / 18 Comentarios / en Mundo Scout /

ASDE Scouts de España lamenta profundamente el fallecimiento, tras el accidente ocurrido en el Cañón de Añisclo, Huesca, hoy 19 de julio, de la menor participante en un campamento de la Asociación Minyons Scouts y Guías de Cataluña (MEG), que forma parte de la Federació Catalana d'Escoltisme i Guiatge (FCEG).

ASDE Scouts de España es una organización de carácter educativo, independiente, plural y con 100 años de historia. Está formada por 18 Organizaciones Federadas en representación de 16 Comunidades Autónomas y las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla. Cuenta con más de 30.000 socios y socias. Es una de las mayores ONG de voluntariado juvenil del país. Trabajamos para contribuir a una educación integral de niños, niñas y jóvenes, entre 6 y 21 años, ayudando a construir un mundo mejor donde las personas se auto-realicen como individuos y jueguen un papel constructivo en la sociedad, apoyándonos en un proyecto educativo propio. En estos momentos más de 300 grupos scouts de Scouts de España se encuentran repartidos por nuestra geografía y parte de la geografía internacional, estando algunos de ellos ubicados también en el Pirineo, por su gran riqueza natural.

La seguridad de los niños, niñas y jóvenes que forman parte de ASDE Scouts de España es una de las principales preocupaciones y un tema en el que llevamos trabajando desde hace muchos años. Además de la formación completísima de los adultos que acompañan a los menores en los campamentos y actividades al aire libre, entre nuestras publicaciones hemos elaborado un Plan de Seguridad en actividades scouts de ASDE y un Catálogo de actividades scouts por su nivel de riesgo.

Reiteramos nuestro más sincero pésame para la familia de la menor fallecida en este terrible accidente.

¹⁸ Recuperadas de <https://www.facebook.com/ScoutsdeEspana/?fref=ts>, <http://scout.es/comunicado-accidente-anisclo/> y <https://reporte24.net/2016/07/los-scouts-defienden-la-seguridad-en-sus-actos-tras-morir-una-nina/> el 2 de septiembre de 2016.



Desde Scouts MSC hemos colaborado en este artículo que publico el periódico [El Mundo](#) sobre la prevención y medidas de seguridad que hay que tener en cuenta en campamentos y en toda actividad scout.

Podéis leer el artículo en este enlace => <https://reporte24.net/.../los-scouts-defienden-la-seguridad-.../>



Like Comment Share

Tanto [MSC](#) como [ASDE Scouts España](#) (centenaria organización scout) trasladaron en sus respectivas páginas webs sus condolencias por el fallecimiento ocurrido en el Cañón de Añisclo, en Huesca, durante un campamento de la Asociación Minyons Scouts y Guías de Cataluña (MEG), que forma parte de la Federació Catala d'Escoltisme i Guiatge -entidad asociada que junto a ASDE Scouts de España y Scouts MSC conforman la Federación de Escultismo en España (FEE)-. Ambas asociaciones de scouts **salen al paso de las dudas surgidas por la seguridad de sus actividades** a raíz de este caso.

Desde ASDE recalcan su preocupación por lo sucedido pero indican que **"no nos corresponde valorar accidente**, puesto que ya se están encargando de ello las autoridades pertinentes". No obstante sí señalan que como en cualquier actividad de ocio y tiempo libre, "existen riesgos evitables e inevitables que intentamos minimizar a través de la formación de nuestros monitores, con programas que seguimos desarrollando cada año para mejorar dicha seguridad". E insiste en la importancia que conceden al **trabajo continuo para mejorar y reforzar la seguridad**, tanto en los campamentos como en las actividades diarias con niños, niñas y jóvenes.

Aquí encontramos algunas de las contestaciones¹⁹ de ASDE Scouts de España hacia los detractores:



Javier

22 julio 2016 en 1:29 am

¿Formacion complesima? Venga hombreeee, ¿a quién se le ocurre meterse en una zona sin cobertura de móvil sin llevar un walkie, ¡ qué vale 30 euros!

Una persona con experiencia en montaña y/o barrancos jamás metería un grupo de 23 adolescente, de noche, por un paso de riesgo, ni los pasaría sin montar un pasamanos de seguridad. Ha sido una tremenda imprudencia y una insensatez

En vez de defenderlos lo que tendríais que hacer es expulsarlos

Responder



ASDE Scouts de España

26 julio 2016 en 10:03 am

Buenos días Javier. ASDE Scouts de España ya ha emitido un comunicado en el que se suma a las condolencias hacia la familia de la niña y de la Asociación a la que pertenece. Se ha abierto una investigación desde Organismos Oficiales, y ésta determinará las consecuencias de lo ocurrido. No tenemos ningún comentario que añadir respecto a tus opiniones personales pero te pedimos respeto hacia las personas implicadas.

Responder



Pedro Bravo Domínguez

20 julio 2016 en 12:22 pm

Perfecto, pero ¿pueden aportar la titulación que ostentan esos "monitores"? ¿A que altitud ocurrió el accidente?. Si el accidente ocurrió en el paso de las cadenas de la Punta de las Olas, ¿que hacían de noche a esa altitud con un grupo de menores?. ¿Como no planificaron la falta de cobertura en ese sector? ¿Se piensa que el 112 está operativo en todos los sitios?. ¿Tenían abierto el canal de radio en montaña para poder enviar un S.O.S.?. A la altitud en que transitaban, ¿no se requiere la titulación de guía de Alta Montaña? ¿no habría sido mucho más seguro, si iban a psar por esa zona, establecer un pasamanos y equipar a los chicos debidamente para atravesar ese punto?...muchas más preguntas se me ocurren. Espero que ASDE de detalle del itinerario que tenían previsto.

Responder



ASDE Scouts de España

26 julio 2016 en 9:49 am

Buenos días Pedro. La investigación de lo ocurrido sigue abierta. Desde ASDE Scouts de España nos hemos sumado a las condolencias hacia la familia y a la Asociación de la niña fallecida. No podemos darte más información, puedes dirigirte a Minyons Escoltes i Guies de Catalunya si así lo deseas.

Responder

¹⁹ Recuperadas de <http://scout.es/comunicado-accidente-anisclo/> el 2 de septiembre de 2016.

Al final de la crisis es importante hacer un seguimiento y gestión post-crisis, que identifique la disolución o el ensalzamiento de la confluencia mediática de la situación. Para todo el procedimiento, como hemos mencionado anteriormente, sería imprescindible crear una comisión de crisis.

13.5 Relaciones públicas y gestión de medios

El Instituto de Relaciones Públicas de Londres (Chartered Institute of Public Relations) define las relaciones públicas como “el esfuerzo deliberado, planificado y continuado para establecer y mantener la buena voluntad y la comprensión mutuas, entre una organización y sus públicos.” BIC Galicia (2009: 55)

El objetivo de Scouts de Sevilla será hacerse presente en los medios, entendiendo estos como los organismos que vertebran la información en el entorno social, o lo que Rodrigo (1995) reconocería como el ecosistema comunicativo. De este modo, el objetivo es garantizar la presencia y la capacidad de agencia de la Asociación en el mismo. Más allá de los mencionados en la comunicación externa, en esta ocasión nos centramos en los periódicos, la radio, la televisión. Esto, además, dotaría a la Asociación de prestigio y reconocimiento social local.

La propuesta consiste en la presencia en los periódicos mediante comunicados de prensa puntuales, que reflejen brevemente la identidad de Scouts de Sevilla y las acciones más significativas que estén llevando a cabo en el momento. También sería beneficioso conseguir que se publicaran entrevistas en el periódico o la radio hacia voluntarios que cuenten su experiencia en la Asociación. Y, de manera un poco más ambiciosa, sería positivo que a los eventos más significativos acudiera alguna televisión local que cubriese la noticia y le diese visibilidad en algún programa o informativo. De igual forma, también sería provechoso que la Asociación acudiera a ferias y eventos culturales o sociales que también suelen ser cubiertos mediáticamente. Todo ello favorecería la cercanía de la Asociación con la ciudadanía, y ayudaría a que su identidad y su imagen fuesen coherentes entre sí. Para llevar a cabo todo esto, el responsable de medios y relaciones institucionales de la Asociación se pondría en contacto con el jefe de redacción de periódicos locales como *El diario de Sevilla* o *ABC de Sevilla*, y con los jefes de producción, ya sea de informativos o de programas específicos, de alguna cadena local como Canal Sur.

13.6 Responsabilidad social corporativa

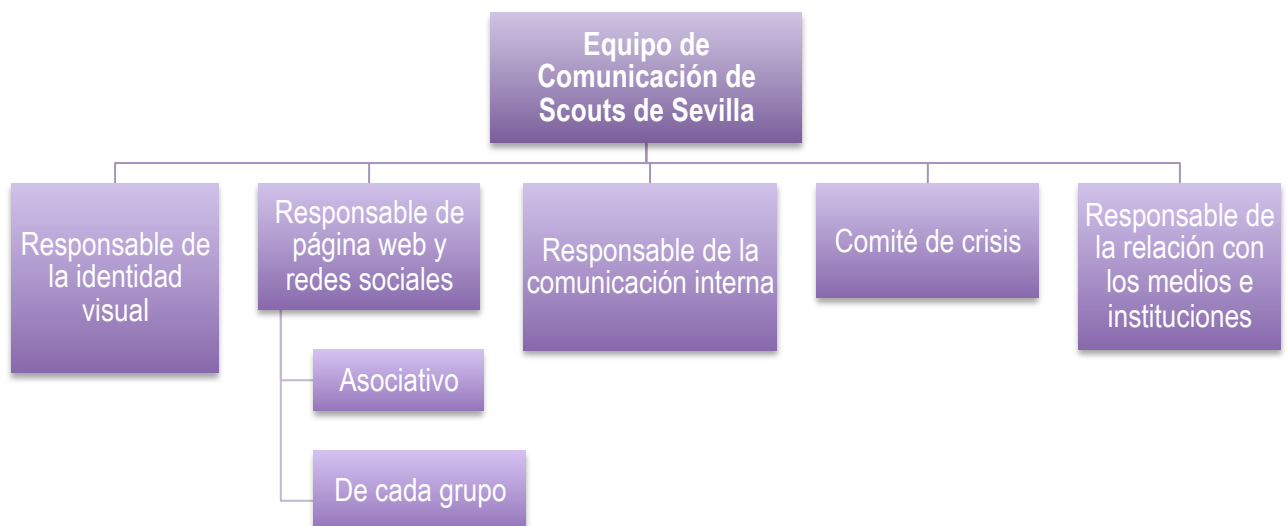
La responsabilidad social de la organización, a pesar de no ser una obligación, responde a un compromiso, a un convencimiento de la Asociación por mejorar la sociedad. Nos encontramos en una situación particular puesto que Scouts de Sevilla ya de por sí lleva a cabo una labor social. No obstante, es necesario identificar y comunicar al exterior qué tipo de compromisos sociales adquiere más allá de su propia razón de ser.

Observamos que ha trabajado anteriormente con diferentes organizaciones como *MAD Africa*, la cual trabaja por el desarrollo de África con el objeto de disminuir las desigualdades sociales, con *Andex*, asociación de padres de niños con cáncer, Andalucía Acoge, federación que actúa en pro de inmigrantes extranjeros, etc. Toda participación social debe quedar recogida en una memoria, lo cual Scouts de Sevilla lleva a cabo de manera efectiva hasta el momento; no obstante, se aconseja para un mayor impacto que, al igual que las acciones que se llevan a cabo dentro de la Asociación se anima a publicarlas en redes sociales y web, este tipo de participación social también se haga pública a través de estos medios. Esto, además de mostrar la responsabilidad social que la Asociación asume, también crea vínculos con otros organismos o asociaciones. Se percibe como muy positiva la participación en la Plataforma del Voluntariado Social de Sevilla, lo cual hace posible una mayor visibilidad y legitimización en el ámbito del voluntariado local. Se propone llevar a cabo esta participación a través de las siguientes estrategias:

- Asistencia a las Asambleas, seminarios y encuentros que se convocan.
- Comunicación periódica y fluida con los coordinadores de la plataforma mediante correos, redes sociales, etc.
- Publicar y compartir en redes sociales a cerca de los diferentes eventos de la plataforma.

13.7 Organigrama de cargos de comunicación

Una vez que se han presentado todas las propuestas, y para finalizar, es preciso señalar el organigrama de cargos que creemos necesario para llevar a cabo todas las tareas que este plan de comunicación contempla:



El responsable de la identidad visual será el encargado de la dimensión corporativa, es decir, su objetivo será que la identidad visual de la Asociación (tipografía, logo, códigos cromáticos, etc.) se corresponda con lo que Scouts de Sevilla pretende comunicar al exterior. Esto requiere un gran conocimiento de la institución (bases, filosofía, etc.), diseño gráfico y comunicación corporativa.

Tanto el responsable de página web y de redes sociales asociativo como el de grupo deben tener dotes de *community manager*, es decir, deben ser capaces de “gestionar la reputación *online* de la entidad a través de su presencia en redes sociales y comunidades virtuales, además de ser el encargado de dinamizar conversaciones que tienen lugar en estas plataformas, en relación con el organismo.” (Aced, 2010: 40) El responsable de este ámbito a nivel asociativo tiene la tarea extra de apoyar y hacer visible los contenidos y la actividad de los diferentes grupos. Estos además deberán tener conocimientos sobre diseño, posicionamiento y analítica web.

Para la comunicación interna se debe contar con una persona que domine las herramientas participativas y sea capaz de elaborar, ejecutar y revisar la estrategia de comunicación interna de la

Asociación. El responsable de esta sección debe ser una persona creativa, empática y con habilidades comunicativas.

Los miembros del comité de crisis deben ser personas con experiencia que conozcan a la perfección los riesgos a los que se expone la Asociación. Debe tener actitud firme y decidida en cuanto a la toma de decisiones y mantener, sobre todo en situación de crisis, la templanza y la seguridad. Es también preciso que conozca sobre la legislación. Además debe tener habilidades comunicativas suficientes como para ser portavoz de cara a los medios: lenguaje corporal adecuado, responder con claridad y sinceridad, informar de los pasos positivos que se están dando, etc.

El responsable de la relación con los medios e instituciones debe conocer las características y necesidades de cada medio y saber adaptarse a ellas. Es recomendable que se trate de una persona con iniciativa, capacidad de liderazgo y conocimiento del entorno mediático. Además, es necesario que conozca bien los objetivos y el funcionamiento de la Asociación para poder transmitir información veraz y actualizada al exterior.

14.-Conclusiones

A lo largo de este trabajo hemos ido comprobando que tal y como auguraban las hipótesis existe un cierto grado de desconocimiento más o menos generalizado en el imaginario de los ciudadanos acerca de la Asociación de Scouts de Sevilla. Además, desde Scouts de Sevilla no se están utilizando actualmente las mediaciones ni los procedimientos más adecuados para proyectar la imagen deseada en sus potenciales receptores. Todo ello nos ha llevado a hacer una revisión de conceptos, un análisis de los discursos y un estudio de las mediaciones que estos ponen en práctica, dando como resultado un plan de comunicación para Scouts de Sevilla adaptado a esta situación.

El primer objetivo del trabajo consistía en analizar la imagen institucional de Scouts de Sevilla y así lo hemos hecho. Al identificar la imagen institucional como “la lectura pública de una institución, la interpretación que la sociedad (...) tiene o construye de modo intencional o espontáneo” (Chaves, 1988), hemos detectado que la ciudadanía mantiene una visión más o menos generalizada que no se corresponde del todo con la que la institución pretende proyectar. Esta se basa, en primer lugar, en la identificación de Scouts de Sevilla como una asociación dedicada a actividades recreativas en la naturaleza y, en segundo, en la creencia de que su ejercicio consiste únicamente en campamentos, aventura y diversión, mientras que quedan como desconocidas aquellas facetas que dan cuenta de su carácter religioso y católico.

El segundo objetivo tenía una doble vertiente: por un lado señalar las mediaciones y, por otro, probar la efectividad de los discursos elaborados por Scouts de Sevilla. Al estudiar las mediaciones se descubrió que el contenido de sus discursos estaba centrados en la difusión de eventos organizados por cada uno de los grupos. Además de no mostrar las acciones cotidianas de la Asociación y sus valores, la actividad era poco constante y se limitaba a la página web y a Facebook. En ocasiones también se hacía uso de Instagram y Twitter pero de manera mucho más ocasional. Por otra parte, se identificó una carencia en la estructura institucional en lo que se refiere a la asignación real de tareas de comunicación, tanto a nivel asociativo como en los diferentes grupos. Con respecto a los discursos los emisores proclamaban ser un movimiento que lleva a cabo una educación integral en sus educandos y, como movimiento de la Iglesia Católica, que defiende valores concretos como la justicia, la libertad, la solidaridad y los derechos humanos. Todo ello se lleva a cabo mediante campamentos y acampadas donde la naturaleza tiene gran importancia no solo como fin de su actividad sino como medio en el cual educar. Como vemos no existe correlación entre imagen institucional e identidad que

se pretende proyectar. Esto nos llevó a determinar que los discursos elaborados a través de las mediaciones de Scouts de Sevilla no estaban siendo eficaces.

Todo ello nos dirigió a diseñar un plan de comunicación que subsanase estas carencias y además propusiese vías para llevar a cabo una comunicación efectiva en Scouts de Sevilla de manera integral. Este plan de comunicación ha abarcado seis grandes ámbitos: la comunicación corporativa, la comunicación externa, interna, en crisis, las relaciones públicas y gestión de medios y la responsabilidad social corporativa. En torno a estos se han hecho una serie de propuestas concretas que combaten dichas carencias y además buscan enriquecer las fortalezas encontradas. Una vez completado el plan de comunicación se han podido detectar algunos puntos fuertes y débiles. Entre los primeros podemos destacar el exhaustivo análisis en el que se sustenta y la viabilidad de las propuestas. Como puntos débiles señalamos la falta de presupuesto y, relacionado con esto, no haber subrayado la importancia de perfiles profesionales que realicen las tareas de comunicación. No obstante se trata de una propuesta práctica abierta a revisión y que podrá ir modificándose y completándose conforme se vea necesario. Por ello podemos decir que se ha cumplido el tercer objetivo, “diseñar un plan de comunicación para Scouts de Sevilla.”

Podemos constatar que el trabajo ha cumplido los objetivos que en su inicio se propuso. Además, este ha sido presentado al Consejo de Scouts de Sevilla en su reunión previa al inicio de curso (27/08/16) y les ha parecido interesante y necesario. Es por ello que se ha generado una comisión de comunicación con la que colaboraré y que comenzará a trabajar en base a mi propuesta. Este proceso comenzará a partir del 1 de octubre de 2016, día en el que se presentará el proyecto a la Asamblea. A partir de entonces la comisión se reunirá para calendarizar y determinar tareas necesarias para su puesta en marcha. Por tanto su efectividad y aplicabilidad se podrán comprobar en un futuro próximo. Así, aunque el proceso de construcción de la identidad y la imagen es contemplado a largo plazo, podremos ir observando la tendencia que se genera como consecuencia de las vías de acción propuestas.

Para concluir, me gustaría manifestar que ha sido un trabajo apasionante puesto que me ha acercado al entendimiento de los procesos de construcción simbólica de la realidad. Abordarlo desde la semiótica y el análisis del discurso ha sido muy provechoso y ha supuesto una indagación en temas en los que el grado de Comunicación Audiovisual ya me había introducido, como pueden ser la lengua como sistema de signos o la imaginación sociológica. También valoro muy positivamente haber optado por recopilar discursos tanto de los ciudadanos como de los miembros de la Asociación como base de

mi estudio y, sobre todo, aprecio haber realizado este trabajo en torno a una carencia real percibida en una institución en la cual estoy implicada actualmente.

Referencias bibliográficas

Aced, C. (2010): *Perfiles profesionales 2.0*. Barcelona: Universidad Oberta de Cataluña.

Asociación de Scouts de Sevilla MSC (2011): *Reglamento de Régimen Interno*. Sevilla: Asociación de Scouts de Sevilla.

BIC Galicia (2009). *Como elaborar el plan de comunicación. Manuales Prácticos de la Pyme*, recuperado el 10 de mayo de 2016 de http://cristinaaced.com/pdf/planComunicacion_BIC_Galicia.pdf

Cervera, A. L. (2006): *Comunicación total*. Madrid: ESIC.

Chaves, N. (1988): *La imagen corporativa*. Barcelona: Gustavo Gili, S.A.

Conde Gutiérrez del Álamo, F. (2009): *Análisis sociológico del sistema de discursos*. Madrid: Cyan.

Fairclough, N. (1989): *Language and power*. Harlow, Eng: Longman.

Lozano, J., Peña-Marín, C. & Abril, G. (1997): *Análisis del discurso*. Madrid: Cátedra.

Mitchell, W. J. T. (1984): *What is an Image?*. New Literary History: A Journal of Theory and Interpretation, recuperado el 15 de mayo de 2016 de http://users.clas.ufl.edu/sdobrin/WJTMitchell_whatisanimage.pdf

Morales, F. (2001): *Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional*. Barcelona: Gestión 2000.com.

Rodrigo, M. (2011): *Modelos de la comunicación*. Barcelona: Institut de la Comunicació, recuperado el 31 de mayo de 2016 de http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?lng=esp&id=20

Sapir, E. (1929): *The Status of Linguistics as a Science. Language*. Berkeley, CA: University of California Press.

Saussure, F. (1945): *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Losada.

Scouts Católicos de Andalucía (2006): *Proyecto Hércules XXI, Proyecto integral de educación de Scouts Católicos de Andalucía*. Cádiz: H Estudio de Comunicación.

Sierra, F. (2002): *Comunic@arte: Guía para una comunicación solidaria*. Sevilla. (Documento en fase de borrador), recuperado el 10 de mayo de 2016 de http://www.bantaba.ehu.es/sociedad/files/view/comunicarte.pdf?revision_id=68572&package_id=68553

Vattimo, G. (1936): *De la realidad: fines de la filosofía*. Barcelona: Herder.

Watzlawick, P. (1979): *¿Es real la realidad?*. Barcelona: Herder.

ANEXO 1: MODELOS DE APLICACIÓN ANALÍTICA

ENCUESTA A EMISORES

1. ¿De qué grupo Scout eres?

2. Cuando piensas en la palabra "Scout", ¿cuáles son las tres primeras palabras que te vienen a la cabeza?

1.

2.

3.

3. ¿Crees que las personas que actualmente componen Scouts de Sevilla saben qué son los Scouts, y son conscientes de la influencia social que tienen?

☐ Sí

☐ Regular

☐ No

(Especifique):

4. ¿Qué crees que opinan los ciudadanos de Sevilla ajenos al movimiento sobre los Scouts?
¿Por qué?

5. ¿Qué redes sociales usáis en vuestro grupo?

- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Twitter
- ☐ Snapchat
- ☐ Vine
- ☐ Ninguna

6. ¿Tenéis pagina web propia de vuestro grupo?

- ☐ Sí
- ☐ No

7. ¿Cada cuánto tiempo publicáis en la web o en alguna de las redes sociales?

- ☐ Cada día
- ☐ Cada 2-3 días
- ☐ Cada semana
- ☐ Cada mes
- ☐ Una vez al trimestre
- ☐ Alguna que otra vez al año
- ☐ Nunca

8. ¿Crees que en las redes sociales se refleja la identidad de tu grupo y lo que hacéis?

- ☐ Sí, cualquiera que entre en nuestro perfil puede ver cómo somos y qué hacemos
- ☐ Regular, solo mostramos algunas cosas y no se ve bien quiénes somos
- ☐ No, no hay información o la que se enseña no es reflejo de quiénes somos y lo que hacemos
- ☐ Otro (especifique):

9. ¿Crees que en la página web de Scouts de Sevilla y en sus redes sociales se refleja la identidad de la Asociación y lo que sois?

- ☐ Sí, cualquiera que entre en el perfil de Scouts de Sevilla puede ver cómo somos y qué hacemos
- ☐ Regular, solo se muestran algunas cosas y no se ve bien lo que la Asociación en su conjunto hace
- ☐ No, no hay información o la que se enseña no es reflejo de lo que somos y hacemos
- ☐ No estoy seguro/a, no suelo visitar la página web ni redes sociales de Scouts de Sevilla
- ☐ Otro (especifique):

10. Por último, ¿crees que un mejor uso de la página web y las redes sociales de la Asociación y de cada grupo ayudaría a que la sociedad tuviese una imagen más veraz de los Scouts?

- ☐ Sí, y es necesario aspirar cada vez a dar una imagen más veraz de lo que somos y hacemos
- ☐ Sí, es necesario pero no tan importante
- ☐ Creo que ya lo hacemos bien, y no nos interesa mostrar mucho más
- ☐ No, creo que el concepto que la sociedad tiene sobre los Scouts no depende en nada de nuestro uso de las redes sociales
- ☐ Otro (especifique):

ENCUESTA A RECEPTORES

1. Sexo

- ☐ Hombre
- ☐ Mujer

2. Edad

- ☐ 15-20
- ☐ 21-25
- ☐ 26-30
- ☐ 31-35
- ☐ 36-40
- ☐ 41-45
- ☐ 46-50
- ☐ 51-75

3. ¿Conoces a algún Scout?

- ☐ Si
- ☐ No

4. Si te dicen la palabra "Scout", ¿cuáles son las tres primeras palabras que te vienen a la cabeza?

1.
2.
3.

5. ¿Qué hacen los Scouts?

6. ¿Sabías que existen scouts religiosos y no religiosos?

☐ Sí

☐ No

7. ¿Llevarías a tus hijos a los Scouts?

Sí, porque...

Tal vez, porque...

No, porque...

8. ¿Te has planteado alguna vez ser Scout?

- ☐ Sí, me gusta lo que hacen
- ☐ Sí, pero no tengo muy claro lo que hacen
- ☐ No, no se lo que hacen
- ☐ No, no me gusta lo que hacen
- ☐ Otro (especifique):

9. ¿Alguna vez has visto algo publicado en las redes sociales sobre Scouts de Sevilla?

- ☐ Sí, y lo he leído
- ☐ Sí, pero no he prestado atención
- ☐ No, nunca

10. Si tuvieses curiosidad sobre los Scouts de tu zona, ¿dónde te informarías?

- ☐ Iría a su página web
- ☐ Los buscaría en Facebook
- ☐ Pondría en Google: "scouts"
- ☐ Le preguntaría a algún Scout que conozco
- ☐ No creo que me vaya a surgir interés por los scouts

ANEXO 2: RECOGIDA DE DATOS Y MUESTRAS DE ESTUDIO

RESPUESTAS DE EMISORES

1. ¿De qué grupo Scout eres?

Grupo Scout I Norte 05/05/2016 16:40	Grupo III Aljarafe 26/04/2016 15:12	Grupo II Pirados Sevilla Este 26/04/2016 12:05
IV San Jose de Calasanz 05/05/2016 13:23	Grupo X Heliopolis 26/04/2016 15:08	VII- Nervión 26/04/2016 12:01
Grupo VIII Triana-Los remedios 03/05/2016 15:21	Grupo V Casco Antiguo 26/04/2016 13:54	VIII Triana-Los Remedios 26/04/2016 11:59
Grupo X Heliópolis 27/04/2016 15:06	III Aljarafe 26/04/2016 13:33	VII Nervión 26/04/2016 11:37
V - Casco Antiguo (MSC) 27/04/2016 14:45	Grupo XX Heliópolis 26/04/2016 13:00	Grupo III Aljarafe 26/04/2016 11:31
Grupo X Heliópolis 27/04/2016 0:57	Grupo VII - Nervión Scouts MSC 26/04/2016 12:26	Grupo III Aljarafe 26/04/2016 11:29
Grupo II - sevilla este 26/04/2016 22:07	GRUPO XXIII 26/04/2016 12:21	Grupo III Aljarafe 26/04/2016 11:16
Grupo VIII, Triana-Los Remedios de MSC 26/04/2016 21:43	Grupo Scout XXIII "El Porvenir" 26/04/2016 12:10	Grupo X-Heliópolis 26/04/2016 11:10
Grupo X heliopolis 26/04/2016 21:10	Consejo 26/04/2016 12:07	Grupo X heliópolis 26/04/2016 11:00
Grupo X Heliópolis 26/04/2016 20:42	Grupo X Heliópolis 26/04/2016 12:06	grupo XXIII 26/04/2016 11:00
III Aljarafe 26/04/2016 16:37	II, Sevilla Este 26/04/2016 15:41	Grupo X Heliópolis 26/04/2016 10:57
Grupo X Heliópolis MSC 26/04/2016 12:37		Grupo Scout IV San José de Calasanz Montequinto 26/04/2016 10:57

2. Cuando piensas en la palabra “Scout”, ¿cuáles son las tres primeras palabras que te vienen a la cabeza?

1:

Austeridad 05/05/2016 16:40	Amigos 26/04/2016 15:12	Naturaleza 26/04/2016 12:05
confianza 05/05/2016 13:23	Unión 26/04/2016 15:08	Lealtad 26/04/2016 12:01
Progreso 03/05/2016 15:21	Destreza 26/04/2016 13:54	Amigos 26/04/2016 11:59
Amor 27/04/2016 15:06	Amistad 26/04/2016 13:33	Mi vida 26/04/2016 11:37
Fe 27/04/2016 14:45	Servicio 26/04/2016 13:00	Educacion diferente 26/04/2016 11:31
Compañerismo 27/04/2016 0:57	Compromiso 26/04/2016 12:37	Ayudar 26/04/2016 11:29
Naturaleza 26/04/2016 22:07	Compromiso 26/04/2016 12:26	Amigos 26/04/2016 11:16
VOLUNTARIADO 26/04/2016 21:43	TRANSFORMACIÓN 26/04/2016 12:21	Apañado 26/04/2016 11:10
Compartir 26/04/2016 21:10	Hermanadad 26/04/2016 12:10	Niños 26/04/2016 11:00
Actor 26/04/2016 20:42	Servicio 26/04/2016 12:07	Niños 26/04/2016 11:00
Naturaleza 26/04/2016 16:37	Servicio 26/04/2016 12:06	Amigo 26/04/2016 10:57
Amigos 26/04/2016 15:41	Felicidad 26/04/2016 10:57	

2:

Compañerismo
05/05/2016 16:40

familia
05/05/2016 13:23

Unión
03/05/2016 15:21

Esfuerzo
27/04/2016 15:06

País
27/04/2016 14:45

Campamentos
27/04/2016 0:57

Respeto
26/04/2016 22:07

NIÑOS
26/04/2016 21:43

Naturaleza
26/04/2016 21:10

Constructor de un
mundo más
perfecto
26/04/2016 20:42

Valores
26/04/2016 16:37

Naturaleza
26/04/2016 15:41

Hermanos
26/04/2016 15:12

Crecimiento
26/04/2016 15:08

Inteligencia
26/04/2016 13:54

Lealtad
26/04/2016 13:33

Compromiso
26/04/2016 13:00

Amistad
26/04/2016 12:37

Educación
26/04/2016 12:26

Responsabilidad
26/04/2016 12:21

Compartir
26/04/2016 12:10

Vida
26/04/2016 12:07

Amistad
26/04/2016 12:06

Compañerismo
26/04/2016 12:05

Pureza
26/04/2016 12:01

Campamentos
26/04/2016 11:59

Amigos
26/04/2016 11:37

Naturaleza
26/04/2016 11:31

Servir
26/04/2016 11:29

Campamento
26/04/2016 11:16

Responsable
26/04/2016 11:10

Naturaleza
26/04/2016 11:00

baden powell
26/04/2016 11:00

Servicio
26/04/2016 10:57

Compromiso
26/04/2016 10:57

3:

Respeto por la
naturaleza
05/05/2016 16:40

esfuerzo
05/05/2016 13:23

Experiencia
03/05/2016 15:21

Evolución
27/04/2016 15:06

Responsabilidad
27/04/2016 14:45

Felicidad
27/04/2016 0:57

Cariño
26/04/2016 22:07

NATURALEZA
26/04/2016 21:43

Comunidad
26/04/2016 21:10

Compromiso
26/04/2016 20:42

Compromiso
26/04/2016 16:37

Responsabilidad
Social
26/04/2016 15:41
Forma de vida
26/04/2016 15:12

Compartir
26/04/2016 15:08

Desarrollo
26/04/2016 13:54

Acogida
26/04/2016 13:33

Felicidad
26/04/2016 13:00

Respeto
26/04/2016 12:37

Diversión
26/04/2016 12:26

FE
26/04/2016 12:21

Responsabilidad
26/04/2016 12:10

Enseñar
26/04/2016 12:07

Superación
26/04/2016 12:06

superación
26/04/2016 12:05

Abnegación
26/04/2016 12:01

Tiempo
26/04/2016 11:59

Educación
26/04/2016 11:37

Forma de vida
26/04/2016 11:31

Enseñar
26/04/2016 11:29

Valores
26/04/2016 11:16

Campamento
26/04/2016 11:10

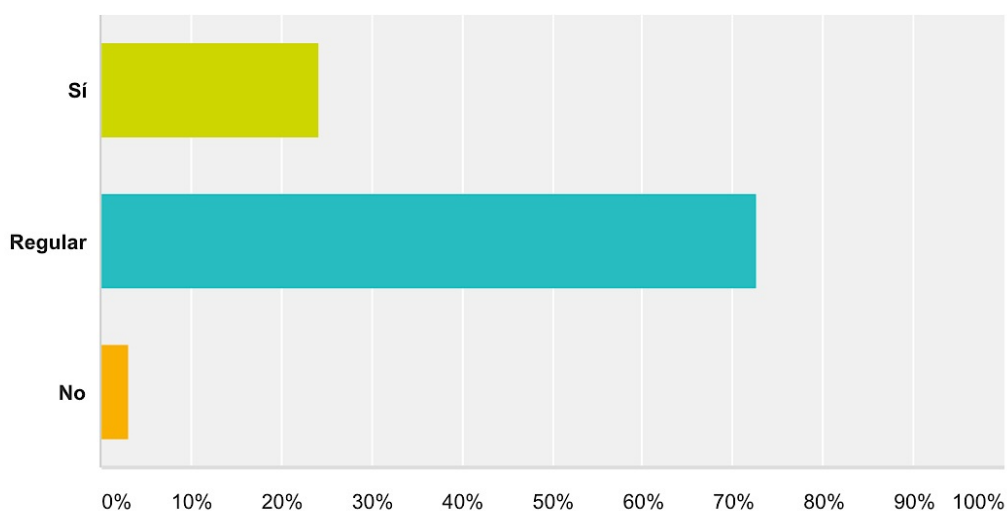
Compañerismo
26/04/2016 11:00

campamento
26/04/2016 11:00

Actor
26/04/2016 10:57

Progreso
26/04/2016 10:57

3. ¿Crees que las personas que actualmente componen Scouts de Sevilla saben qué son los Scouts



Opciones de respuesta	Respuestas
▼ Sí	24,24% 8
▼ Regular	72,73% 24
▼ No	3,03% 1
Total	33
Comentarios (27)	

Creo que se tienen conceptos idealizados que se llegan a ver demasiado lejanos o poco profundos o que se es consciente de ello pero de una forma más indirecta sin embargo a la hora de trabajar en el día a día no se actúa realmente en base a ese pensamiento o idea como se debería.

05/05/2016 16:40

la gente en general tiene muy claro que estamos aqui por lo niños y es verdad pero no acaban de entender que no estamos aqui solo por los niños, los scouts somos promotores de un mundo nuevo y tenemos recursos para cambiarlo pero hace falta esfuerzo y trabajo.

05/05/2016 13:23

Aunque creo q saben lo que significa pertenecer a esta asociación en cuanto a los responsables pienso que la influencia social que ejerce esta asociación es pobre, sobre todo por temas de difusión de labores realizadas por Scouts de Sevilla.

03/05/2016 15:21

No creo que los voluntarios que trabajan por Scouts de Sevilla sean conscientes del potencial que este voluntariado tiene

27/04/2016 15:06

Aquellos que han sido niños scouts saben perfectamente en qué consiste el grupo, por la forma de trabajo que han hecho. Por otro lado, a las nuevas incorporaciones se les explica que es un movimiento que busca tanto la mejora social como la mejora personal, y van siendo consciente, poco a pocos, con la forma de trabajar que tiene su grupo. Por este motivo, todos los componentes, niños y kraal, saben que influyen positivamente en la sociedad, en la medida que pueden, trabajando a nivel de los grupos, creando personas saludables en todo su contexto y relacionándose con otros grupos de la comunidad.

27/04/2016 14:45

Creo que no sé es consciente de todo lo que representa ser scout ni las posibilidades sociales que tiene el movimiento. Muchas veces nos sabemos muy bien la teoría pero en la práctica falta coherencia, empuje y cooperación.

27/04/2016 0:57

Creo que entienden el concepto superficial de lo que es pero no creo que entiendan el compromiso que supone o las responsabilidades que hay que tomar y el ejemplo que hay que dar.

26/04/2016 22:07

No somos conscientes de todo el potencial, ni de lo que supone a veces el movimiento.

26/04/2016 16:37

En la asociación se es bastante conscientes de que el trabajo que hacemos influye en la sociedad, pero la apariencia que damos sigue dejando mucho que desear ya que no tenemos una imagen de gente que se compromete y se nos ve como chavales que le gusta salir al campo y hacer actividades con niños. Creo que también hay gente que entra por eso mismo, ve en nosotros el trabajo con los niños y no ve que luego detrás de eso hay mucho compromiso social. Puede ser que simplemente pase de comprometerse o que que vea abrumado por el volumen de trabajo extra. Creo que casi todo el que entra (a no ser que lo viva desde pequeño) entra con la idea de ser responsable de niños para pasar los sábados con ellos.

26/04/2016 15:41

Muchos scouts tratan los scouts como algo aparte en sus vidas y no lo integran en nada mas. Ahi no ven la influencia que tienen

26/04/2016 15:12

Creo que si todos fuésemos más conscientes de la influencia que podemos llegar a tener, seríamos conocidos y valorados como mínimo en nuestra ciudad.

26/04/2016 15:08

Creo que está imperando el "yo sigo en los scouts porque me lo paso bien y estoy con mis amigos", en lugar de "yo soy scout porque quiero cambiar el mundo y veo en la educación de niños y jóvenes la mejor forma, además de actuar con ellos de primera mano."

26/04/2016 13:54

Los hay que si y los hay que no. Creo que depende mucho del grupo y de la forma de ser de cada uno.

26/04/2016 13:33

Creo que en muchas ocasiones se desvirtúa el verdadero significado de este voluntariado, por falta de compromiso en muchos casos.

26/04/2016 13:00

Considero que aunque no todas las personas tienen el mismo grado de consciencia, todos de una forma u otra conocen qué son los scouts y la influencia que pueden llegar a tener en nuestra sociedad.
26/04/2016 12:37

Hay dos caras. Hay gente que no se da cuenta de la importancia y la responsabilidad que esto conlleva; y hay otras personas que exigen demasiado ya sea a sus compañeros o a ellos mismos. La virtud está en el equilibrio, ser conscientes de que somos y que hacemos y de que podemos hacer.
26/04/2016 12:26

CREO QUE NOS LIMITAMOS MUCHO AL TRABAJO CON LOS NIÑOS PERO NUNCA LLEGAMOS MÁS ALLÁ. NO LLEGAMOS A ESA FASE FINAL DE VALORAR LA INFLUENCIA SOCIAL, PORQUE LA PARTE DE TRANSFORMACIÓN DE LA SOCIEDAD E INFLUENCIA EN ESTA LA DEJAMOS UN POCO OLVIDADA
26/04/2016 12:21

No se le saca partido a la gran influencia social, tiendo a pensar que si no se saca partido es porque no somos conscientes.
26/04/2016 12:10

Creo que no somos conscientes de la importancia que tiene nuestro trabajo. Como scouts que somos tenemos una responsabilidad con nuestros niños, familias y con la sociedad en general que debemos asumir. Nos quedamos muy cortos para todo lo que podríamos hacer.
26/04/2016 12:07

Creo que son conscientes en la influencia social que tienen, pero creo que algunas personas que componen Scouts Católicos de Sevilla no saben o no quieren saber que están en un movimiento católico.
26/04/2016 12:05

Creo que los responsables de la asociación realmente son conscientes de que están trabajando por la educación de sus niños, y esa es la base de la sociedad futura.
26/04/2016 11:59

Muchas de las personas que forman la asociación saben lo que conlleva pero hay muchas otras que están aquí porque es lo que llevan viendo desde pequeño y porque es "lo que toca"
26/04/2016 11:31

Creo que la mayoría saben qué son los Scouts y qué significan, pero igual no son muy conscientes de la influencia social que tienen.
26/04/2016 11:29

Tenemos un potencial que no terminamos de explotar porque no somos conscientes de ello.
26/04/2016 11:16

Creo que hay un grueso de gente que no es consciente de la influencia que tienen directamente en sus propios niños, así que menos en la sociedad al completo.
26/04/2016 11:10

Creo que no son conscientes de gran impacto social que tenemos, de como las familias nos confían a sus hijos, y esa es una responsabilidad muy grande, y no todo el mundo es consciente de lo que significa.
26/04/2016 11:00

Espero estar equivocado, pero me da la impresión que hay personas (no todas) que están en los Scouts para echar el rato más que para formarse, enseñar, ser factor de cambio social...

26/04/2016 11:00

Creo que la gente sabe lo que hacemos, pero creo que nos cuesta creernos que eso somos nosotros y que podemos hacer cosas grandes

26/04/2016 10:57

En mi opinión, se ha perdido el norte con respecto a las bases del Movimiento Scout, las Leyes, las Promesas... creo que todo eso se está diluyendo en pos de una pedagogía más enfocada al cumplimiento de objetivos y al entretenimiento de los niños que de una centrada en la educación integral en valores, con cariño y ejemplo. Si creo que la influencia social es algo que todos somos capaces de ver y de trabajar por ella.

26/04/2016 10:57

**4. ¿Qué crees que opinan los ciudadanos de Sevilla ajenos al movimiento sobre los scouts?
¿Por qué?**

Depende si han pertenecido o tenido amigos que pertenezcan al movimiento. De forma general las ideas que tienen son poco fundamentadas, más bien ideas preconcebidas del típico "boy scout" americano uniformado vendiendo galletas (en resumen somos el niño scout de la película up). Esto es principalmente porque en nuestro país o al menos en la zona de actuación que yo conozco el movimiento no se da a conocer tal y como es o no llega al ámbito de publicidad que se querría alcanzar y por ende la población no lo reconoce como la labor real que se hace. Mucho desconocimiento.

05/05/2016 16:40

depende, el que nos conoce dice que somos lo mas y que nuestro esfuerzo debería de estar remunerado y otros que somos lo pañolitos que venden galletas

05/05/2016 13:23

Pienso que las personas ajenas al movimiento, pero que lo conocen, sólo pueden pensar maravillas de esta asociación formada por jóvenes voluntarios.

03/05/2016 15:21

Los que no están en contacto con nosotros viven desinformados y sin mucha idea de lo que esto consiste. Tenemos una imagen mal formada que hasta el día de hoy no nos hemos esforzado en cambiar

27/04/2016 15:06

Creo que aún hay muchas personas que no conocen el movimiento scout. Las personas que sí lo conocen, lo tienen en alta estima generalmente.

27/04/2016 14:45

Los que conozcan a un scout tendrán probablemente una opinión positiva. El resto o no saben de la asociación, o creen que es una pérdida de tiempo, además que su concepto se parecerá mucho más al de las películas que a la realidad.

27/04/2016 0:57

Creo que desconoce lo que hacemos y con que fin trabajamos. Tan solo tienen una imagen que ellos mismos han ridiculizado sobre niños vendiendo galletas.

26/04/2016 22:07

Piensas los estereotipos típicos que salen en las películas americanas.

26/04/2016 21:43

No nos conocen realmente. Creo que mostramos una imagen de movimiento ludico juvenil algo cerrado y sectario a veces.

26/04/2016 21:10

Debido a los tópicos mostrados en televisión tenemos una imagen bastante errónea de cara a la sociedad: que vendemos galletas, sabemos de cabuyería y nos gusta el campo.

26/04/2016 20:42

No conocen el movimiento ni saben del cambio transformador que promulga.

26/04/2016 16:37

No tienen una opinión firme, creen que na llevamos a niños de campamento para enseñarles a valerse por si mismo y jugamos con ellos los sábados. El por que esta claro, no sabemos mostrar a la sociedad nuestro trabajo completamente, solo mostramos siempre la parte atractiva.

26/04/2016 15:41

Galletitas y campo. Porque es lo que se vende en la tele.

26/04/2016 15:12

De todo menos lo que somos realmente. Pero creo que la culpa es totalmente nuestra ya que no nos damos a conocer.

26/04/2016 15:08

Somos un grupo de chavales que sabe usar la navaja y se lo pasan bien en el campo

26/04/2016 13:54

Lo desconocen, tendrán los prejuicios típicos de las películas. No nos damos a conocer lo suficiente

26/04/2016 13:33

Creo que no sabemos darnos a conocer. Tienen la idea de los Boys Scouts de las películas, y no saben la labor educativa que se realiza. Creen que sólo somos un grupo que organiza campamentos. A

26/04/2016 13:00

Pienso que la mayoría desconoce completamente el movimiento scout y el trabajo que hacemos. Recurren mucho a los típicos estereotipos de "boy scout". En mi opinión puede deberse a que realmente no hacemos demasiada "publicidad" de los scouts y no nos dejamos ver demasiado.

26/04/2016 12:37

En general pienso que los Sevillanos están bastante desinformados sobre que son los Scouts. Te dirán que somos un grupo de amigos que nos lo pasamos bien y vamos al campo; necesitamos darnos a conocer en nuestra ciudad.

26/04/2016 12:26

CREO QUE NO CONOCEN MUCHO PORQUE NO SABEMOS VENDER NOS Y NO SABEMOS HACER NOS NOTAR POR LO TANTO NO PUEDEN TENER NI SIQUIERA UNA OPINIÓN REAL

26/04/2016 12:21

Que somos radicales religiosos, o que vendemos galletas...en definitiva algo que no somos. Porque no hemos vendido la imagen realista de nuestro trabajo y nuestros valores.

26/04/2016 12:10

Creo que valoran lo que hacemos, pero sin saber que hacemos. Desconocen mucho nuestra labor lo que hace que exista una gran diversidad de opiniones con respecto a nosotros.

26/04/2016 12:07

Creo que no tienen conciencia de lo que verdaderamente se hace en los scouts. Existe una imagen muy sesgada que nos llega de películas y series que para nada se asemeja a la realidad. Creo que si conocieran lo que movemos y lo que trabajamos, tendría mucho mas apoyo y aceptación por todos.

26/04/2016 12:06

Hay de todo, desde los que piensan que son una secta hasta los que muestran admiración por la acción social que se hace (Cada vez más personas piensan así) y esto es debido al trabajo hecho por todos, ya que se están rompiendo muchísimos estereotipos.

26/04/2016 12:05

Creo que no se nos conoce, o no nos damos a conocer lo suficiente. Muchas personas ajenas al movimiento no tiene ni idea de que somos o qué hacemos, tienen la imagen estereotipada del típico scout de televisión.

26/04/2016 12:01

Nada, o casi nada, porque no nos conocen, y si nos ven, piensan que es una americanada.

26/04/2016 11:59

Opinan que simplemente somos gente que nos vamos de acampada, vamos montañeros y ya está. No tienen ni idea de la labor educativa que hacemos ni de las acciones sociales que realizamos pero en parte o en su totalidad es culpa nuestra porque no nos damos a conocer ni hacemos nada por borrar esa imagen de boycaos tipo USA que la gente tiene de nosotros.

26/04/2016 11:37

No saben lo que hacemos realmente. Yo creo que nos ven como una actividad extra-escolar más, porque nosotros tampoco proyectamos una imagen de lo que hacemos ni somos. Lo intentamos en ocasiones pero siempre en último lugar.

26/04/2016 11:31

Algunos son conocedores de la labor tan interesante y buena que hacemos, pero creo que la mayoría piensan que nada más que hacemos chorraditas y tonterías con críos pequeños.

26/04/2016 11:29

En mi opinión piensan que somos los que vamos con un uniforme horrendo, vendiendo galletitas por las casas y que vamos al campo para hacer pruebas de supervivencia o cosas de ese estilo.

26/04/2016 11:16

Mucha gente no saben que existimos, y otros muchos tiran de tópicos de la películas, que son sobre todo estadounidenses.

26/04/2016 11:10

Creo que hay diversidad de opiniones, he escuchado de todo, desde que somos una secta, hasta gente que sin haber pertenecido nunca a un grupo, conocía muy bien nuestro trabajo y lo valoraba muchísimo.

26/04/2016 11:00

Que somos los Scouts americanos de las películas, pero creo que poco a poco está cambiando esta opinión porque cada vez ven más nuestro trabajo

26/04/2016 11:00

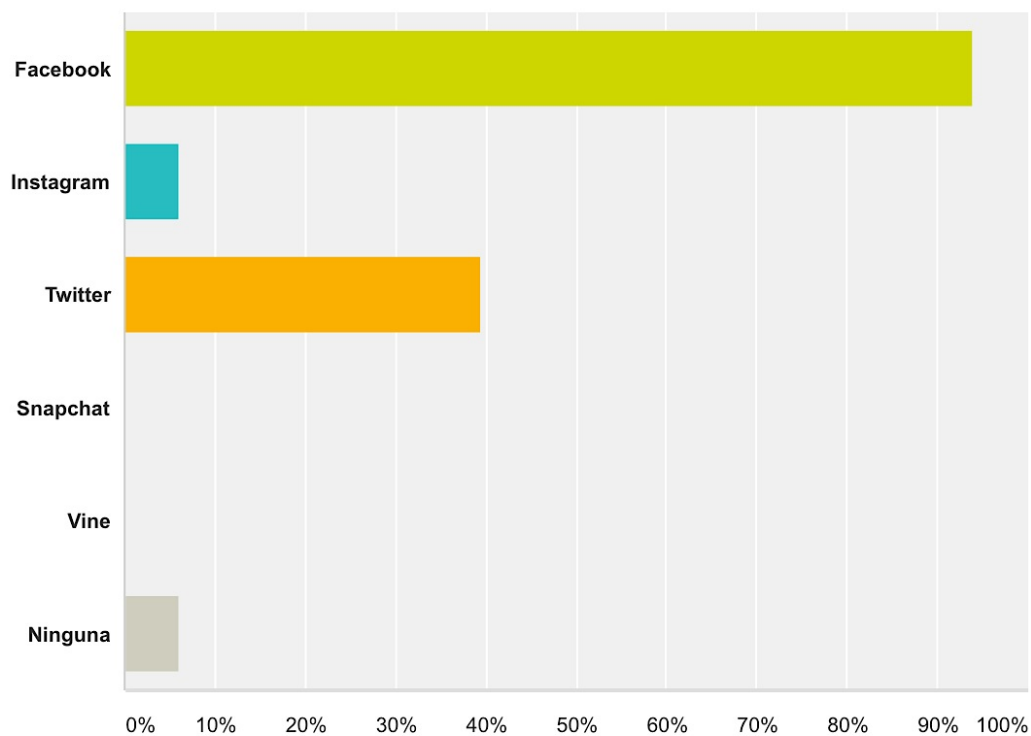
Creo que no conocen bien lo que hacemos y piensan que sólo nos vamos al campo, sin tener en cuenta la labor educativa que hacemos. Creo que es porque no nos hacemos notar más mediante nuestras acciones y denuncias

26/04/2016 10:57

Por lo general opinan poco, aunque, conforme las personas han ido creciendo, van sintiendo curiosidad y creen que, además de cuidar niños, vivimos la naturaleza y tenemos experiencias que otros no viven ni por asomo. Así me lo han dicho en alguna ocasión.

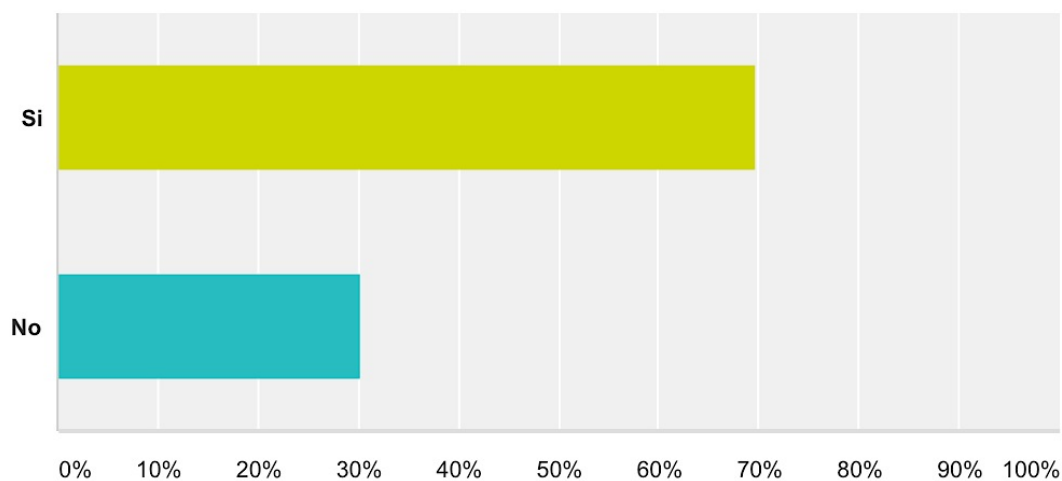
26/04/2016 10:57

5. ¿Qué redes sociales usáis en vuestro grupo?



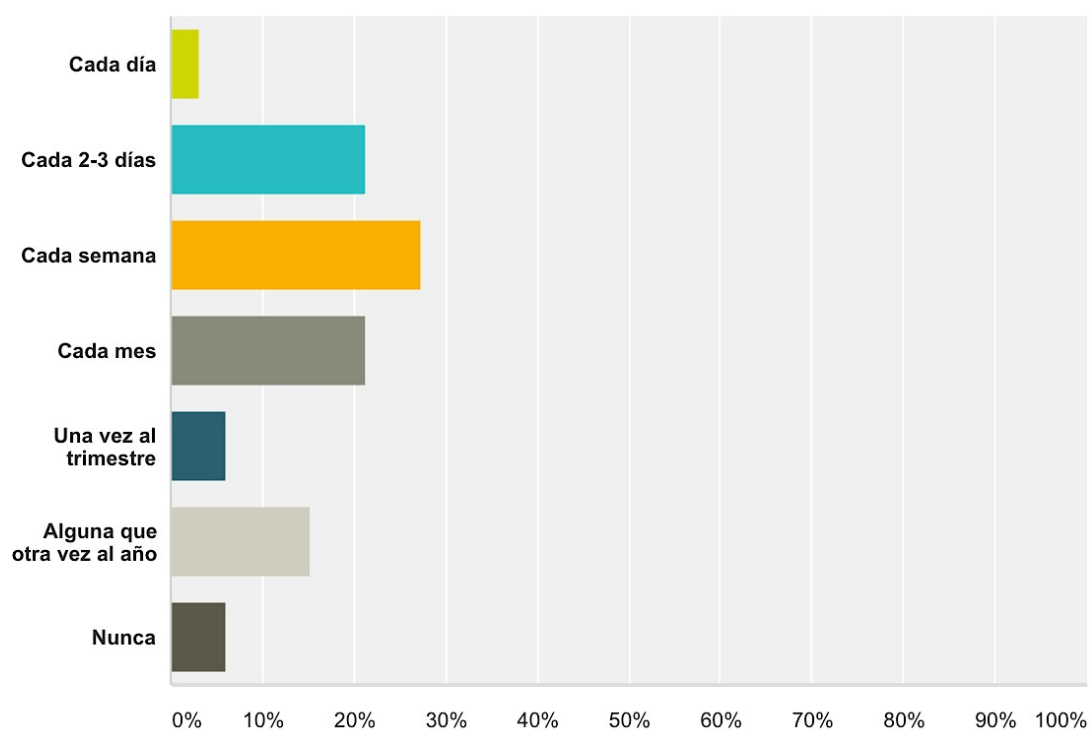
Opciones de respuesta	Respuestas	
Facebook	94,29%	33
Instagram	8,57%	3
Twitter	40,00%	14
Snapchat	0,00%	0
Vine	0,00%	0
Ninguna	5,71%	2
Total de encuestados: 35		

6. ¿Tenéis página web propia de vuestro grupo?



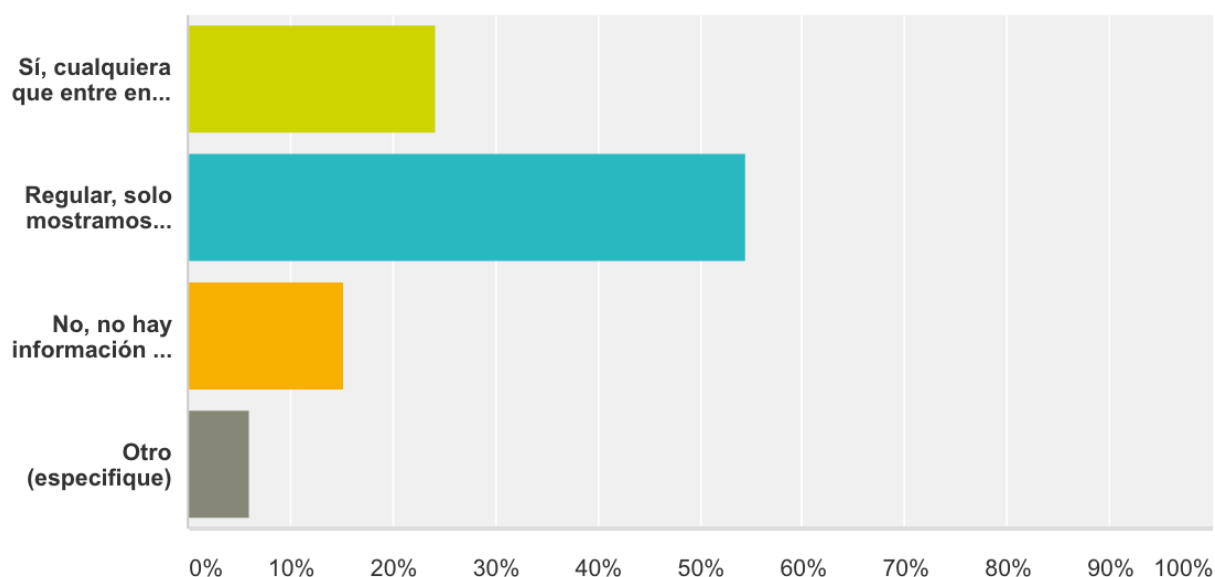
Opciones de respuesta	Respuestas
Si	69,70% 23
No	30,30% 10
Total	33

7. ¿Cada cuánto tiempo publicáis en la web o en alguna de las redes sociales?



Opciones de respuesta ▼	Respuestas ▼
▼ Cada día	3,03% 1
▼ Cada 2-3 días	21,21% 7
▼ Cada semana	27,27% 9
▼ Cada mes	21,21% 7
▼ Una vez al trimestre	6,06% 2
▼ Alguna que otra vez al año	15,15% 5
▼ Nunca	6,06% 2
Total 33	

8. ¿Crees que en las redes sociales se refleja la identidad de tu grupo y lo que hacéis?



Opciones de respuesta	Respuestas
▼ Sí, cualquiera que entre en nuestro perfil puede ver cómo somos y qué hacemos	24,24% 8
▼ Regular, solo mostramos algunas cosas y no se ve bien quiénes somos	54,55% 18
▼ No, no hay información o la que se enseña no es reflejo de quiénes somos y lo que hacemos	15,15% 5
▼ Otro (especifique) Respuestas	6,06% 2
Total	33

Respuestas:

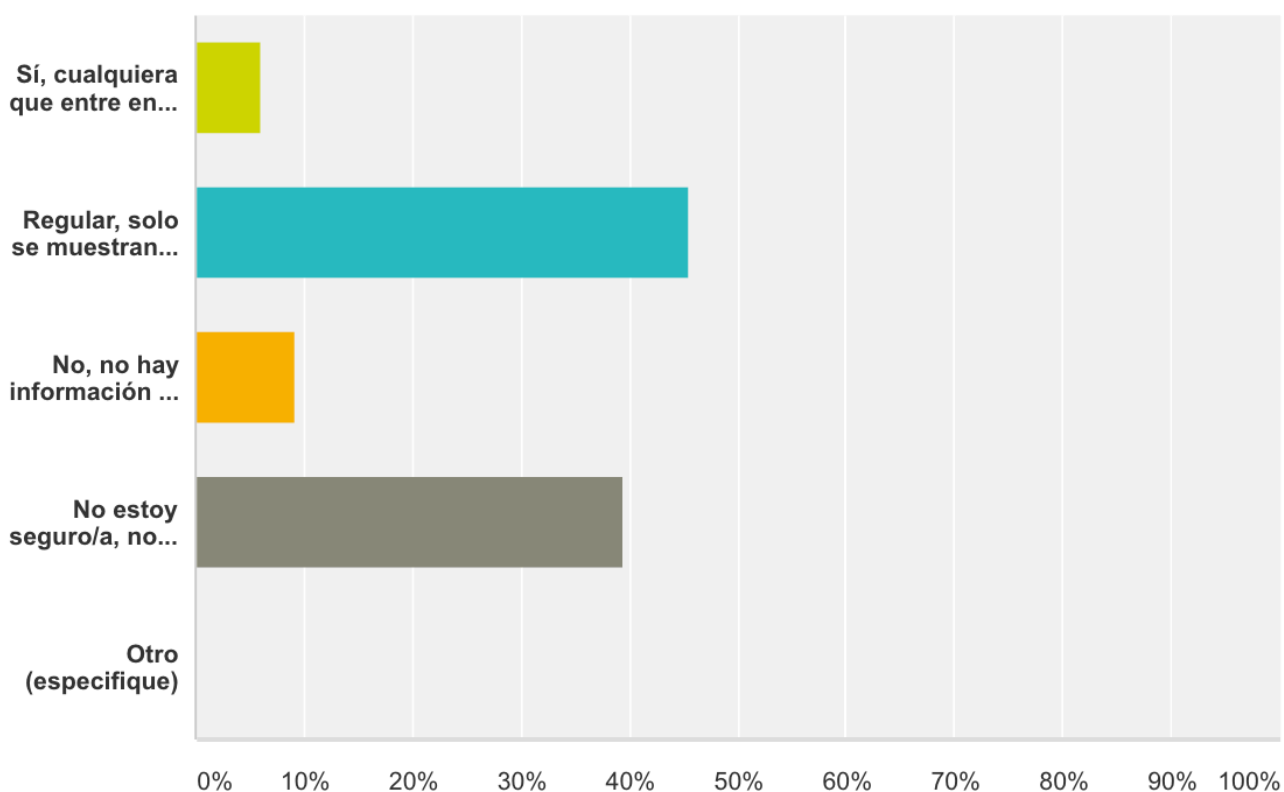
EN RRSS NO, PERO EN LA WEB SÍ

26/04/2016 12:21

Lo utilizamos, sobre todo, para la difusión de eventos que hacemos como grupo.

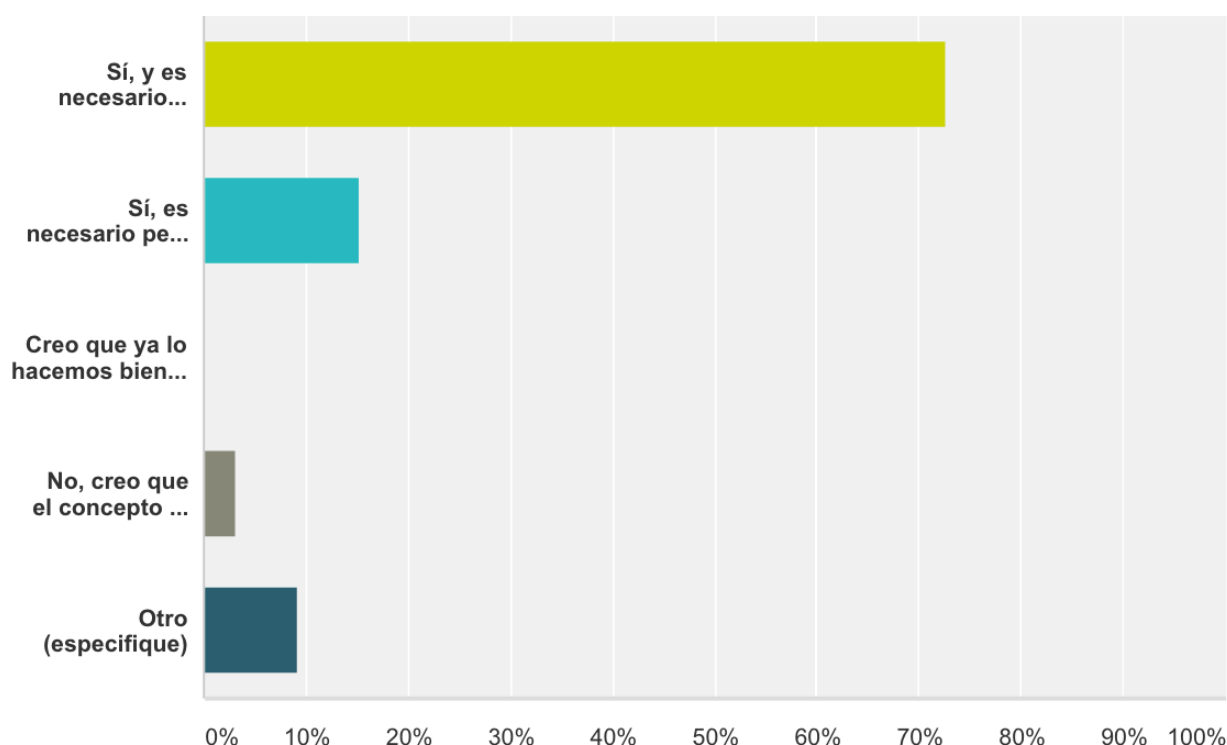
26/04/2016 11:00

9. ¿Crees que en la página web de Scouts de Sevilla y en sus redes sociales se refleja la identidad de la Asociación y lo que sois?



Opciones de respuesta	Respuestas
▼ Sí, cualquiera que entre en el perfil de Scouts de Sevilla puede ver cómo somos y qué hacemos	6,06% 2
▼ Regular, solo se muestran algunas cosas y no se ve bien lo que la Asociación en su conjunto hace	45,45% 15
▼ No, no hay información o la que se enseña no es reflejo de lo que somos y hacemos	9,09% 3
▼ No estoy seguro/a, no suelo visitar la página web ni redes sociales de Scouts de Sevilla	39,39% 13
▼ Otro (especifique) Respuestas	0,00% 0
Total	33

10. Por último, ¿crees que un mejor uso de la página web y las redes sociales de la Asociación y de cada grupo ayudaría a que la sociedad tuviese una imagen más veraz de los Scouts?



Opciones de respuesta	Respuestas
▼ Sí, y es necesario aspirar cada vez a dar una imagen más veraz de lo que somos y hacemos	68,57% 24
▼ Sí, es necesario pero no tan importante	17,14% 6
▼ Creo que ya lo hacemos bien, y no nos interesa mostrar mucho más	0,00% 0
▼ No, creo que el concepto que la sociedad tiene sobre los Scouts no depende en nada de nuestro uso de las redes sociales	5,71% 2
▼ Otro (especifique) Respuestas	8,57% 3
Total	35

Respuestas:

Además de la primera opción: "Sí, y es necesario aspirar cada vez a dar una imagen más veraz de lo que somos y hacemos" podría ser útil hacer jornadas en colegios con los niños y sus familias, así como algún tipo de jornada de "puertas abiertas", ya que muchos niños, sobre todo preadolescentes, no suelen usar internet para buscar información sobre Asociaciones (en este caso scouts). Sin embargo, la captación suele ser alta,

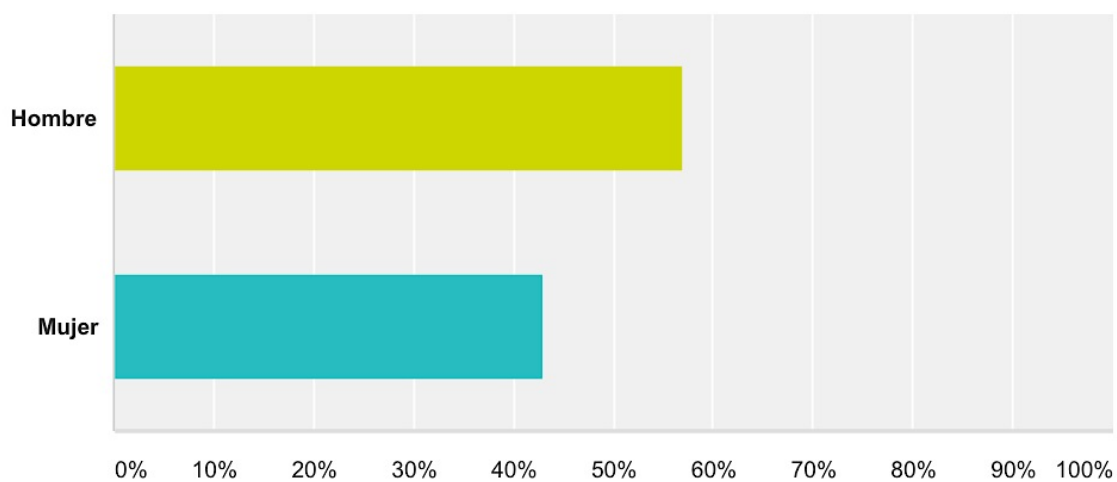
aunque en el momento de entrada los chicos y sus familias no saben qué es exactamente el movimiento, ya que la mayoría de los grupos tienen grandes listas de espera para poder entrar.
27/04/2016 14:45

A ver, la página web podría ayudar pero la sociedad no se mete en esas páginas a no ser que sepa de su existencia, por tanto yo nos daría a conocer saliendo a la calle, en periódicos, televisión, etc
26/04/2016 11:37

Sí, pero las redes sociales son armas de doble filo, si no se hacen las cosas bien en las redes sociales se verá reflejado y podría ser malo para la imagen de la Asociación y para los grupos individualmente. Ahora mismo estamos evolucionando hacia una mejora de nuestra Asociación pero creo que falta camino por recorrer aún. Mayor estructura y más proyectos que se puedan cumplir para posteriormente hacer nuestra denuncia social a través de las redes. Hay que curarse primero de las heridas en mi opinión.
26/04/2016 11:00

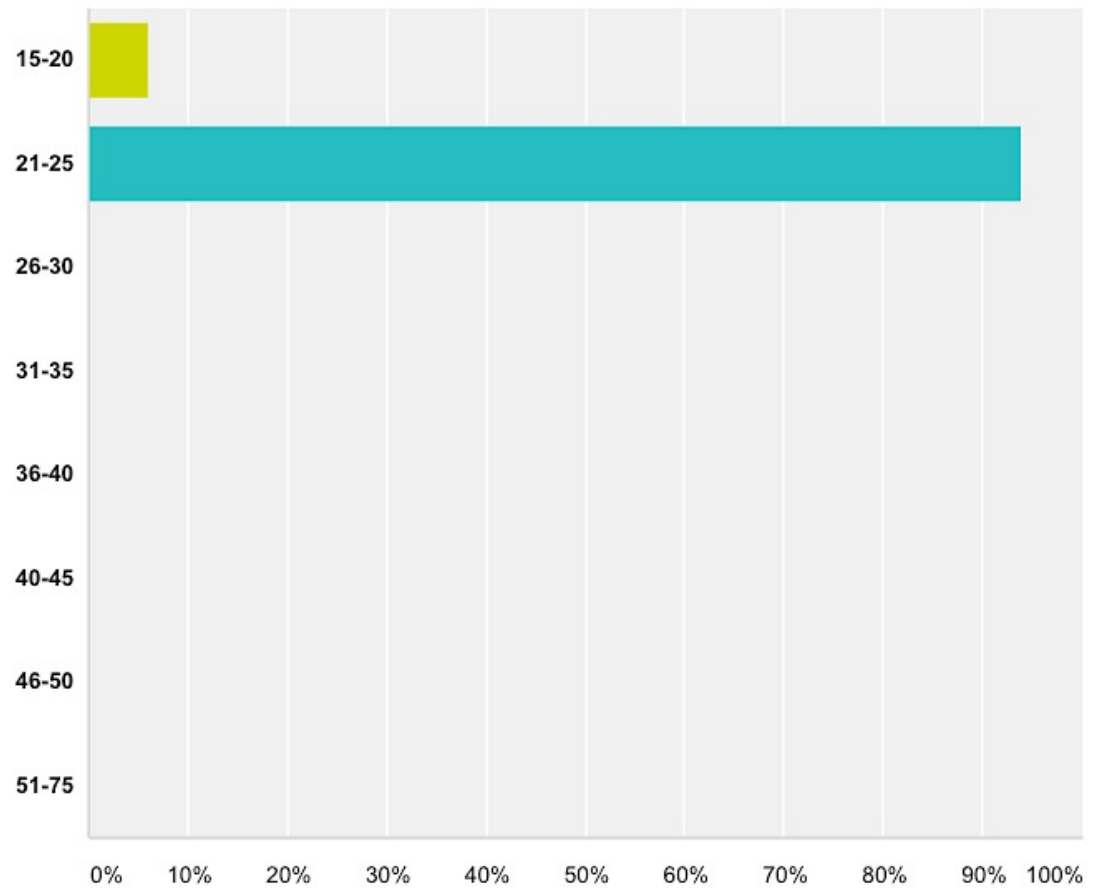
RESPUESTAS DE RECEPTORES

1. Sexo



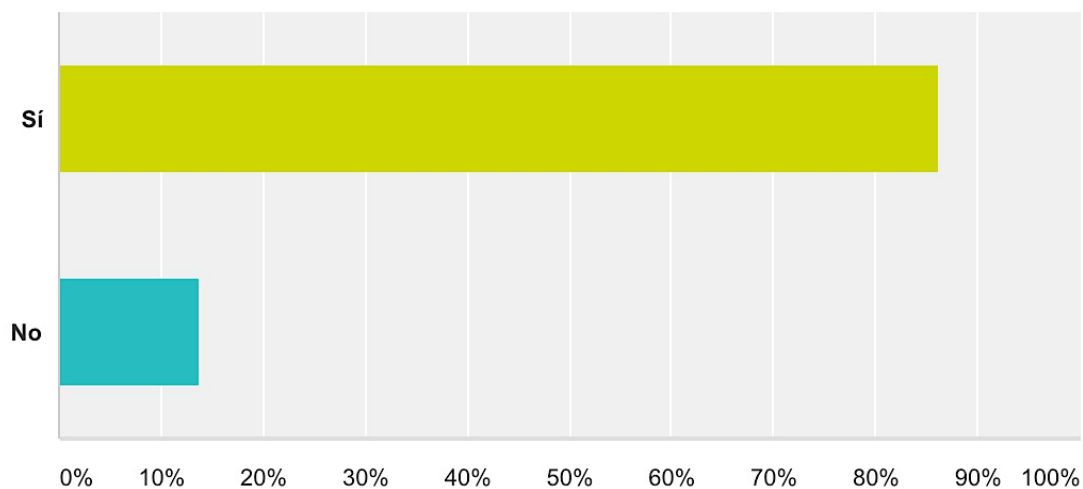
Opciones de respuesta	Respuestas
Hombre	56,92% 37
Mujer	43,08% 28
Total	65

2. Edad



Opciones de respuesta	Respuestas
15-20	6,15% 4
21-25	93,85% 61
26-30	0,00% 0
31-35	0,00% 0
36-40	0,00% 0
40-45	0,00% 0
46-50	0,00% 0
51-75	0,00% 0
Total	65

3. ¿Conoces a algún Scout?



Opciones de respuesta	Respuestas	
Sí	86,15%	56
No	13,85%	9
Total		65

4. Si te dicen la palabra “Scout”, ¿cuáles son las 3 primeras palabras que te vienen a la cabeza?

1:

Aventura 30/04/2016 14:08	Campamento 26/04/2016 14:45	Campamento 26/04/2016 9:33
Aventurero 30/04/2016 13:54	América 26/04/2016 14:41	Marmota 25/04/2016 19:37
Acampadas 29/04/2016 8:51	Campo 26/04/2016 14:00	Senderismo 25/04/2016 19:16
Naturaleza 28/04/2016 15:43	campamentos 26/04/2016 12:58	Naturaleza 25/04/2016 18:45
Niños 27/04/2016 23:34	Niños 26/04/2016 12:26	unión 25/04/2016 16:59
Campo 27/04/2016 15:58	Nudos 26/04/2016 11:57	Acampar 25/04/2016 15:41
Supervivencia 27/04/2016 8:59	Aventura 26/04/2016 11:36	naturaleza 25/04/2016 15:30
Pañuelo 26/04/2016 23:57	acampada 26/04/2016 11:22	Campamento 25/04/2016 15:20
Amigos 26/04/2016 19:57	convivencia 26/04/2016 11:04	Naturaleza 25/04/2016 15:00
Campo 26/04/2016 18:26	acampada 26/04/2016 10:53	Boy Scout 25/04/2016 13:50
Montaña 26/04/2016 15:47	Naturaleza 26/04/2016 10:34	Explorador/a 25/04/2016 12:56
Voluntariado 26/04/2016 15:34	Galletas 26/04/2016 10:30	Compañerismo 25/04/2016 12:56
Naturaleza 26/04/2016 15:27	campamento 26/04/2016 10:29	Grupo 25/04/2016 12:54
secta 26/04/2016 15:26	Equipo 26/04/2016 10:28	Compañerismo 25/04/2016 12:44
Campo 26/04/2016 15:00	Campamento 26/04/2016 10:20	camping 25/04/2016 12:38

Responsabilidad 25/04/2016 12:35	Naturaleza 25/04/2016 11:48	Convivencia 25/04/2016 11:27
Montaña 25/04/2016 12:34	Ardilla 25/04/2016 11:47	Naturaleza 25/04/2016 11:25
excursión 25/04/2016 12:19	Campo 25/04/2016 11:43	Monitor 25/04/2016 11:24
Iniciativa 25/04/2016 12:08	Aventureros 25/04/2016 11:39	Acampada 25/04/2016 11:22
Compromiso 25/04/2016 12:07	Acampada 25/04/2016 11:39	campo 25/04/2016 11:20
Uniforme 25/04/2016 12:01	Aventurero 25/04/2016 11:36	Senderismo 25/04/2016 11:14
Grupo 25/04/2016 11:48	sacrificio 25/04/2016 11:31	

2:

Trabajo 30/04/2016 14:08	Religión 26/04/2016 18:26	convivencia 26/04/2016 12:58
Resolutivo 30/04/2016 13:54	Grupo 26/04/2016 15:47	América 26/04/2016 12:26
Niños 29/04/2016 8:51	Acampada 26/04/2016 15:34	Campo 26/04/2016 11:57
Generosidad 28/04/2016 15:43	Equipo 26/04/2016 15:27	Diversión 26/04/2016 11:36
Actividades 27/04/2016 23:34	cristianismo 26/04/2016 15:26	naturaleza 26/04/2016 11:22
Compañerismo 27/04/2016 15:58	Naturaleza 26/04/2016 15:00	naturaleza 26/04/2016 11:04
Compañerismo 27/04/2016 8:59	Amigos 26/04/2016 14:45	aire libre 26/04/2016 10:53
Palo 26/04/2016 23:57	Campo 26/04/2016 14:41	Equipo 26/04/2016 10:34
Naturaleza 26/04/2016 19:57	Voluntariado 26/04/2016 14:00	Naturaleza 26/04/2016 10:30

actividades 26/04/2016 10:29	Comunidad 25/04/2016 12:56	Compañerismo 25/04/2016 11:48
Excursiones 26/04/2016 10:28	Experiencias 25/04/2016 12:56	Uniformes 25/04/2016 11:47
Niños 26/04/2016 10:20	Joven 25/04/2016 12:54	Supervivencia 25/04/2016 11:43
Pañoleta 26/04/2016 9:33	Naturaleza 25/04/2016 12:44	Divertidos 25/04/2016 11:39
Pañuelo 25/04/2016 19:37	niños 25/04/2016 12:38	Supervivencia 25/04/2016 11:39
Naturaleza 25/04/2016 19:16	Diversión 25/04/2016 12:35	Colectivo 25/04/2016 11:36
Comunidad 25/04/2016 18:45	Sobrevivir 25/04/2016 12:34	diversión 25/04/2016 11:31
familiaridad 25/04/2016 16:59	explorador 25/04/2016 12:19	Naturaleza 25/04/2016 11:27
Niños 25/04/2016 15:41	Voluntariedad 25/04/2016 12:08	Medallas 25/04/2016 11:25
aventura 25/04/2016 15:30	Naturaleza 25/04/2016 12:07	Campamento 25/04/2016 11:24
Bosque 25/04/2016 15:20	Medalla 25/04/2016 12:01	Niños 25/04/2016 11:22
Convivencia 25/04/2016 15:00	Supervivencia 25/04/2016 11:48	medallas 25/04/2016 11:20
exploradores 25/04/2016 13:50		Supervivencia 25/04/2016 11:14

3:

Disciplina 30/04/2016 14:08	Religión 26/04/2016 14:41	Campamento 25/04/2016 19:16
Vivo 30/04/2016 13:54	Grupo 26/04/2016 14:00	Servicio 25/04/2016 18:45
Aventuras 29/04/2016 8:51	naturaleza 26/04/2016 12:58	diversión 25/04/2016 16:59
Pañuelo 28/04/2016 15:43	Campo 26/04/2016 12:26	fuego 25/04/2016 15:41
Naturaleza 27/04/2016 23:34	Aire libre 26/04/2016 11:57	animales 25/04/2016 15:30
Pañoleta 27/04/2016 15:58	Organización 26/04/2016 11:36	Niños 25/04/2016 15:20
Independencia 27/04/2016 8:59	aventura 26/04/2016 11:22	Grupo 25/04/2016 15:00
Campo 26/04/2016 23:57	amistad 26/04/2016 11:04	campo 25/04/2016 13:50
Susistencia 26/04/2016 19:57	lobato 26/04/2016 10:53	Excursiones 25/04/2016 12:56
Niños 26/04/2016 18:26	Saludo 26/04/2016 10:34	Naturaleza 25/04/2016 12:56
Organizacion 26/04/2016 15:47	Cabullería 26/04/2016 10:30	Excursión 25/04/2016 12:54
Niños 26/04/2016 15:34	aire libre 26/04/2016 10:29	Campamento 25/04/2016 12:44
Convivencia 26/04/2016 15:27	Naturaleza 26/04/2016 10:28	secta 25/04/2016 12:38
niños 26/04/2016 15:26	Naturaleza 26/04/2016 10:20	Solidaridad 25/04/2016 12:35
Supervivencia 26/04/2016 15:00	naturaleza 26/04/2016 9:33	Campamento 25/04/2016 12:34
Campo 26/04/2016 14:45	Explorador 25/04/2016 19:37	disciplina 25/04/2016 12:19
		Cooperación 25/04/2016 12:08

Aventura 25/04/2016 12:07	Pasión por la naturaleza 25/04/2016 11:39	Niños 25/04/2016 11:24
Acampada 25/04/2016 12:01	Monitor 25/04/2016 11:39	Naturaleza 25/04/2016 11:22
Solidario 25/04/2016 11:48	Niños 25/04/2016 11:36	niños 25/04/2016 11:20
Excursiones 25/04/2016 11:48	compromiso 25/04/2016 11:31	Naturaleza 25/04/2016 11:14
Galletas 25/04/2016 11:47	Excursión 25/04/2016 11:27	
Campamentos 25/04/2016 11:43	Galletas 25/04/2016 11:25	

5. ¿Qué hacen los Scouts?

Estar en contacto con la naturaleza a la vez que desarrollan una serie de valores que son esenciales para los más jóvenes.

30/04/2016 14:08

Excursiones y encuentros en la naturaleza

30/04/2016 13:54

Aprender a convivir con la naturaleza.

29/04/2016 8:51

Pienso una comunidad que se dedican a integrar a los niños en el medioambiente a través de campamentos donde fomentan además la amistad, y las buenas relaciones personales.

28/04/2016 15:43

No lo tengo muy claro

27/04/2016 23:34

Cantar, jugar, ayudar

27/04/2016 15:58

Conviven entre todos mediante actividades durante una serie de días

27/04/2016 8:59

Cuidar el medio ambiente

26/04/2016 23:57

Viajes acampadas charlas quedadas comida etc
26/04/2016 19:57

Juegos y labores de concienciación ecológica y campestre
26/04/2016 18:26

No lo sé
26/04/2016 15:47

Enseñar otras actividades
26/04/2016 15:34

Grupo de personas qe realizan actividades en la naturaleza y donde se fomenta el trabajo en equipo.
26/04/2016 15:27

Cerebros lavados
26/04/2016 15:26

Aprender de la naturaleza y a convivir con ella.
26/04/2016 15:00

Supervivencia y pasarlo bien
26/04/2016 14:45

Entiendo que fomentan el respeto hacia la naturaleza y el ocio en ella en colectividad
26/04/2016 14:41

No lo tengo muy claro, pero creo que convivencias en el campo y acciones de voluntariado por su zona.
26/04/2016 14:00

realizan actividades de convivencia e intentan dar valores según el tipo de grupo de scouts que sea
26/04/2016 12:58

Actividades al aire libre
26/04/2016 12:26

No lo se exactamente
26/04/2016 11:57

Es una agrupación destinada a educar a pequeños y jóvenes en valores de solidaridad y espirituales (en el caso de los religiosos) a través de la organización de actividades lúdicas, como campamentos, convivencias, comidas, misas etc
26/04/2016 11:36

relacionarse con la naturaleza mediante juegos
26/04/2016 11:22

Aprender valores y respetar la naturaleza
26/04/2016 11:04

Diferentes tipos de actividades relacionadas con la naturaleza, el desarrollo personal y relaciones sociales. Así como acampadas en las que poner en práctica todo esto.

26/04/2016 10:53

Acampadas al aire libre. Al menos los que conozco, con grupos de jóvenes divididos por edades.

26/04/2016 10:34

No solo organizan actividades con jóvenes en la naturaleza, también crean una pequeña "comunidad" con los jóvenes

26/04/2016 10:30

No estoy muy segura

26/04/2016 10:29

Hacen reuniones y organizan actividades en grupo normalmente al aire libre

26/04/2016 10:28

Acampadas y otras actividades con niños

26/04/2016 10:20

acampadas, deportes y actividades

26/04/2016 9:33

Organizan actividades recreativas al aire libre

25/04/2016 19:37

Convivencias y enseñar técnicas para poder desenvolverse en el medio natural

25/04/2016 19:16

Formación

25/04/2016 18:45

hacen reuniones todas las semanas con diferentes temáticas, también dependiendo de la edad, y también se van de campamentos uno en navidad otro en semana santa y otro en verano. Además también hay acampadas a lo largo del año

25/04/2016 16:59

Grupo de personas que conviven y sobreviven en medio de la naturaleza con unos fines didácticos y lúdicos

25/04/2016 15:41

Desde limpiar bosques, a realizar gymkanas.

25/04/2016 15:30

Hacen encuentros en lugares de campo para aprender actividades básicas de supervivencia.

25/04/2016 15:20

Realizan actividades de convivencia en entornos naturales y promueven el respeto por la naturaleza.

25/04/2016 15:00

Explorar el campo, aventurillas con la brújula Û Ayudar a personas mayores a cruzar la calle, bajar gatitos de los árboles etc.

25/04/2016 13:50

Reuniones de miembros con la finalidad de tratar temas en común y además realizan actividades lúdicas en conjunto

25/04/2016 12:56

Organizan durante todo el año convivencias, acampadas o encuentros, llámese como quiera, fuera de las ciudades para disfrutar en la naturaleza junto a sus compañeros. A través de eso, enseñan una serie de valores fundamentales en la vida de cualquier persona.

25/04/2016 12:56

Los hay de modalidades diversas, pero generalmente son grupos que se organizan y hacen labores de ayuda social, ya sea medioambiente o comunidades especiales

25/04/2016 12:54

Son grupos de compañeros que cuidan de la fauna y naturaleza

25/04/2016 12:44

van de acampada, hacen actividades y tienen reuniones todos los fines de semana

25/04/2016 12:38

Enseñan a los niños de diferentes edades a formarse como personas a través de juegos y actividades para que aprendan y se diviertan.

25/04/2016 12:35

Ni idea

25/04/2016 12:34

Actividades orientadas al conocimiento y al disfrute de la Naturaleza.

25/04/2016 12:19

Actividades de cooperacion, en contacto con la naturaleza, fomentando el trabajo en equipo y la tolerancia.

25/04/2016 12:08

La verdad es que no estoy muy segura pero siempre se prestan a todo

25/04/2016 12:07

Actividades

25/04/2016 12:01

Educen a los niños en cuanto a la naturaleza y el respeto

25/04/2016 11:48

Organizar actividades ludicas y a través de ellas acercar a los niños el valor de la naturaleza, la amistad,el cristianismo...

25/04/2016 11:48

Asociación de tiempo libre

25/04/2016 11:47

Lo que pienso que hacen es lo típico de las películas campamentos y aprender a sobrevivir en el campo.
25/04/2016 11:43

Educar y enseñar a los niños los secretos de la naturaleza por medio de juegos educativos.
25/04/2016 11:39

No se muy bien lo que hacen, pero se que se forman y comparten su vida como grupo y hacen acampadas o convivencias con niños.
25/04/2016 11:39

Reunirse y hacer actividades de ocio en grupo.
25/04/2016 11:36

Labor social
25/04/2016 11:31

Organizan convivencias en la naturaleza con niños y adolescentes, transmiten valores como la solidaridad, el respeto y el amor por la naturaleza. Educan desde el compromiso con la naturaleza y los otros, además de participar en actividades sociales con el fin de mejorar la realidad social.
25/04/2016 11:27

Actividades para concienciar a los más pequeños del buen uso del medio ambiente
25/04/2016 11:25

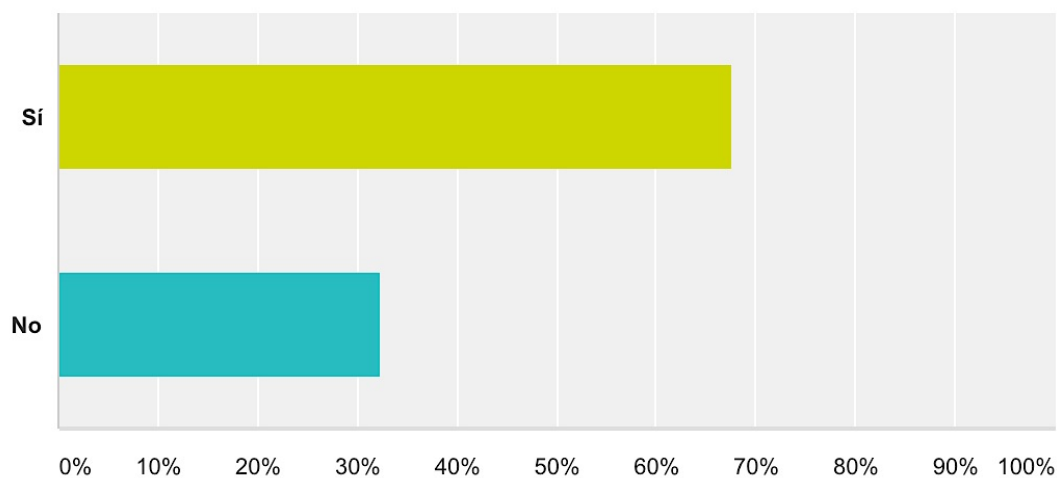
Realizan actividades con niños y adolescentes sobre valores cívicos, de superación etc. Todo ello fomentando la labor en grupo.
25/04/2016 11:24

No tengo ni idea
25/04/2016 11:22

Son un grupo de exploradores que suelen frecuentar la naturaleza donde Scouts en niveles avanzados enseñan a jóvenes a desarrollar instintos de supervivencia.
25/04/2016 11:20

Supongo que limpiar zonas naturales Hacer senderismo
25/04/2016 11:14

6. ¿Sabías que existen Scouts religiosos y no religiosos?



Opciones de respuesta	Respuestas
▼ Sí	67,69% 44
▼ No	32,31% 21
Total	65

7. ¿Llevarías a tus hijos a los Scouts?

Opciones de respuesta	Respuestas
Sí, porque... Respuestas	44,62% 29
Tal vez, porque... Respuestas	49,23% 32
No, porque... Respuestas	9,23% 6

Respuestas:

Sí, porque...

Puede ser una experiencia que les enriquezca.

30/04/2016 14:08

Pueden aprender mucho de la convivencia con todos ellos

28/04/2016 15:43

Inculcan valores muy importantes

27/04/2016 15:58

Para que aprendan a valorarse por ellos mismo A

27/04/2016 8:59

Creo que aprenderían buenos valores

26/04/2016 19:57

Aprendería divirtiéndose

26/04/2016 15:34

Es un campamento

26/04/2016 14:45

Me parece que pertenecer a los scouts t mantiene alejado de ciertos ambientes que no son buenos

26/04/2016 11:57

o a cualquier otro grupo de relacion con la naturaleza

26/04/2016 11:22

para que aprendan a haver cosas en comunidad y compartan experiencias con mas personas

26/04/2016 10:29

Es una buena forma de que se abran, conozcan gente y se diviertan de forma sana

26/04/2016 10:28

es una buena forma de relacionarse con otros niños

26/04/2016 9:33

creo que es la mejor forma de sociabilizarse que pueden descubrir los niños. Es sano, conociendo la naturaleza, y "normas" de convivencia tanto entre nosotros como con el mundo, creo que les hace muy autosuficientes, y les enseña a compartir.

25/04/2016 16:59

Es una experiencia nueva para ellos y así podrian aprender noremas de convivencia

25/04/2016 15:41

Creo que es necesario aprender como sobrevivir en un medio natural.

25/04/2016 15:20

Es muy educativo y saludable

25/04/2016 15:00

he vivido experiencias similares y me parecen completamente sanas.

25/04/2016 12:56

me parece una gran idea. Aprenden muchas cosas.

25/04/2016 12:44

creo que es bueno que los niños pasen tiempo al aire libre

25/04/2016 12:38

Los niños se lo pasan estupendamente y aprenden cosas diferentes

25/04/2016 12:35

Me gustaria inculcarles una serie de valores que pueden desarrollar con sus actividades.

25/04/2016 12:08

Creo que enseñan valores importantes de la vida y los ayuda a crecer como personas maduras

25/04/2016 11:39

Se que tienen unos valores muy buenos para los niños y así aprenderán a valerse por si mismo mientras se lo pasan bien.

25/04/2016 11:39

tiene un grupo para divertirse y aprender.

25/04/2016 11:36

Si a ellos les gusta y les interesa sí los llevaría, pues es una buena manera para que aprendan a convivir y a divertirse de una manera sana

25/04/2016 11:27

aprenden a convivir con otras personas y con la naturaleza

25/04/2016 11:25

Fomentaría relacionarse con otros niños

25/04/2016 11:24

Tiene que ser una experiencia muy chula

25/04/2016 11:22

Les enseñan a proteger el medio ambiente

25/04/2016 11:14

Tal vez, porque...

Realizan actividades al aire libre y que conectan con la tierra mas que con el asfalto

30/04/2016 13:54

Me parece buena la idea de educar el respeto hacia el medio ambiente

26/04/2016 23:57

Aprenden cosas importantes como el trabajo en equipo pero nunca los llevaría a unos religiosos
26/04/2016 18:26

Tendría que informarme primero
26/04/2016 15:47

Daria valores en su educacion
26/04/2016 15:27

Sería una buena experiencia
26/04/2016 15:00

Es una actividad extraescolar que les ayudaría a crecer como personas, aunque solo si ellos quisieran ir
26/04/2016 14:00

porque es una manera de divertirse y aprender y conocer gente de su edad
26/04/2016 12:58

Dependerá de si ellos quieren
26/04/2016 12:26

Ellos aprenderían a disfrutar de una verdadera infancia y adolescencia, centrada en el contacto social y así desviándose de vicios como el alcohol, las drogas, la videoconsola y un ambiente sedentario.
26/04/2016 11:36

es una forma de que mis hijos aprendan valores
26/04/2016 11:04

me parece una dinámica interesante, pero nunca impondría a mi hijo qué hacer. Si el quiere ir, lo llevaría
26/04/2016 10:53

Tengo experiencias familiares. Los llevaría a que probaran. Si les gusta, adelante.
26/04/2016 10:34

Me parece que se inculcan valores importantes
26/04/2016 10:30

Me parece que disfrutarían de las actividades que realizan
26/04/2016 10:20

Pueda tener confianza con alguien dentro de la organización
25/04/2016 19:37

puede ser una buena experiencia
25/04/2016 19:16

Pueden aprender valores
25/04/2016 18:45

me parece importante que aprendan el valor de la naturaleza.
25/04/2016 15:30

no me parece una actividad peligrosa, aunque no es mi mayor pasión

25/04/2016 13:50

Creo que puede ser una buena fórmula de encontrar gente afin a ti además de desarrollar valores tan básicos como son la amistad, el compañerismo y el trabajo en equipo.

25/04/2016 12:56

Se entretienen y conocen gente nueva

25/04/2016 12:34

es una buena forma de relacionarse

25/04/2016 12:19

Porque tendría que enterarme antes bien de qué va

25/04/2016 12:07

Si ellos quieren o no

25/04/2016 12:01

Pienso que es algo que puede servirles para su crecimiento personal

25/04/2016 11:48

Hoy en día los niños tienen mucho tiempo libre mal empleado

25/04/2016 11:48

Contribuye a una buena formación personal

25/04/2016 11:47

Es una forma de relacionarse con más niños

25/04/2016 11:43

se puede divertir o no.

25/04/2016 11:36

es una labor interesante

25/04/2016 11:31

sería un buen sitio para dejar a los niños cuando los padres están ocupados, es barato y se entretienen.

25/04/2016 11:20

No, porque...

Me gustaría involucrarlos con otra actividad que conozca mejor.

29/04/2016 8:51

No tengo claro los beneficios que tendría

27/04/2016 23:34

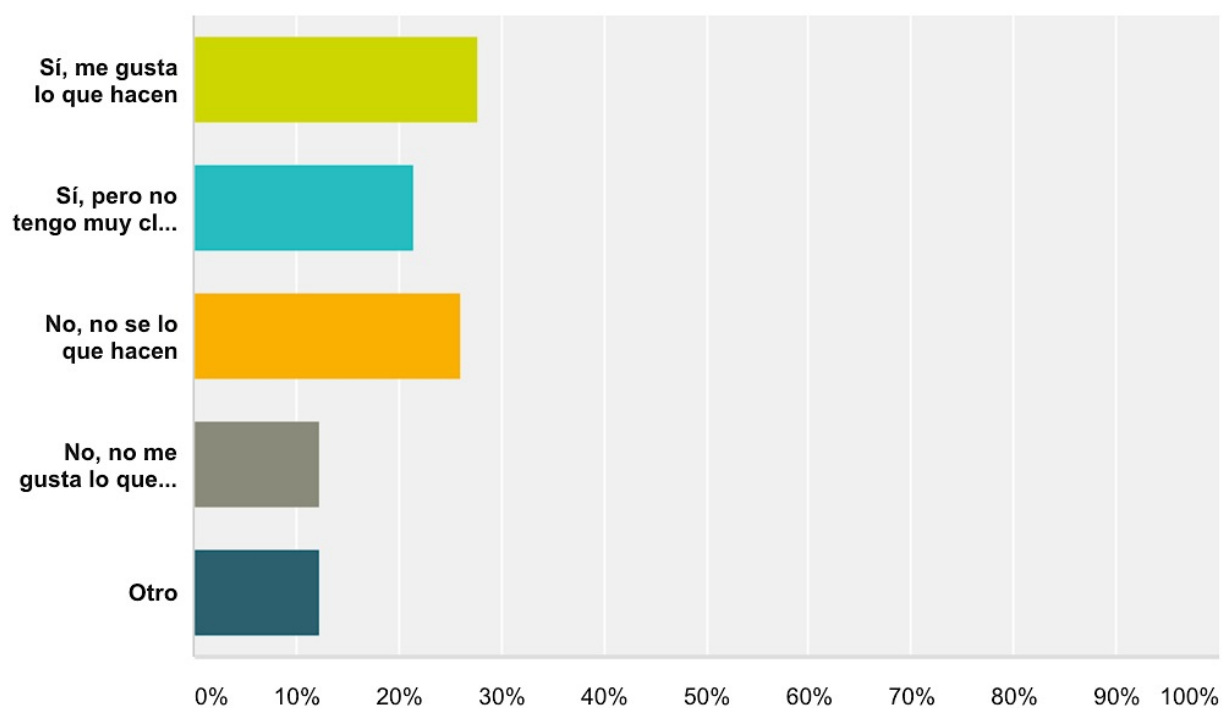
no quiero que sean adoctrinados en creencias religiosas
26/04/2016 15:26

Creo que es una agrupación aún demasiado ligada al catolicismo
26/04/2016 14:41

No los llevaría, sería ellos quienes deberían decidir
25/04/2016 12:54

puede quitarle mucho tiempo.
25/04/2016 11:36

8. ¿Te has planteado alguna vez ser Scout?



Opciones de respuesta	Respuestas	
▼ Sí, me gusta lo que hacen	27,69%	18
▼ Sí, pero no tengo muy claro lo que hacen	21,54%	14
▼ No, no se lo que hacen	26,15%	17
▼ No, no me gusta lo que hacen	12,31%	8
▼ Otro	12,31%	8
Total		65

Comentarios:

No, sé lo que hacen pero tengo otros hobbies a los que les he dedicado más tiempo.
30/04/2016 14:08

si, pero soy demasiado vago
30/04/2016 13:54

Me encantaría pero no tengo mucho tiempo para dedicarme totalmente a ello.
28/04/2016 15:43

No porque no he tenido tiempo como para dedicarselo.
26/04/2016 15:27

Por sus orientaciones religiosas
26/04/2016 14:41

no
26/04/2016 11:22

No, pero simplemente porque nunca tuve curiosidad o no me llamo la atención.
26/04/2016 10:34

No porque ya he estado en un grupo similar
26/04/2016 10:28

Me lo he planteado pero requiere mucha implicación y tiempo que no podía dedicarle
26/04/2016 10:20

Sin que suene despectivo cari, no sería capaz, no me atrae.
25/04/2016 19:37

No, aunque se lo que hacen y me gusta, ya tengo otro grupo con el que tengo compromiso
25/04/2016 18:45

No, nunca me lo he planteado.
25/04/2016 15:20

No. No me disgusta lo que hacen pero tampoco me llama la atención
25/04/2016 13:50

No, porque nunca he conocido a nadie que lo fuese con el/la que poder iniciarme
25/04/2016 12:56

No, aunque me parece interesante sus motivaciones y labores a la comunidad, pero no las comparto.
25/04/2016 12:54

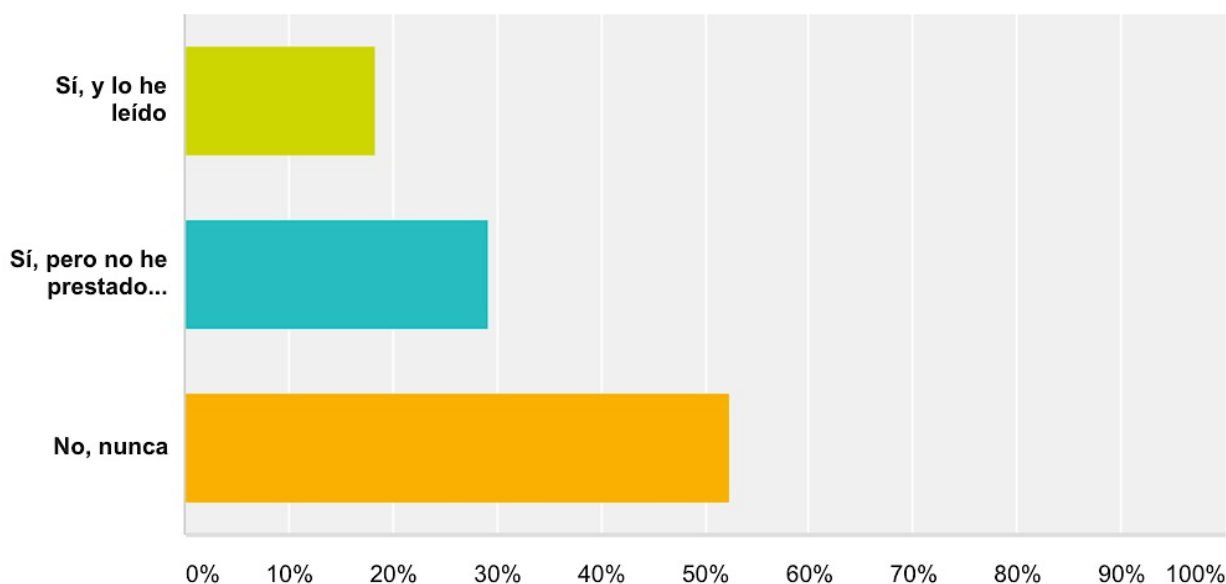
No porque no tengo tiempo para ello
25/04/2016 12:35

No, me gusta lo que hacen pero no tengo interés en serlo.
25/04/2016 11:47

No me importaría, pero tengo otras prioridades y otras actividades. Pero me gustan los scouts
25/04/2016 11:27

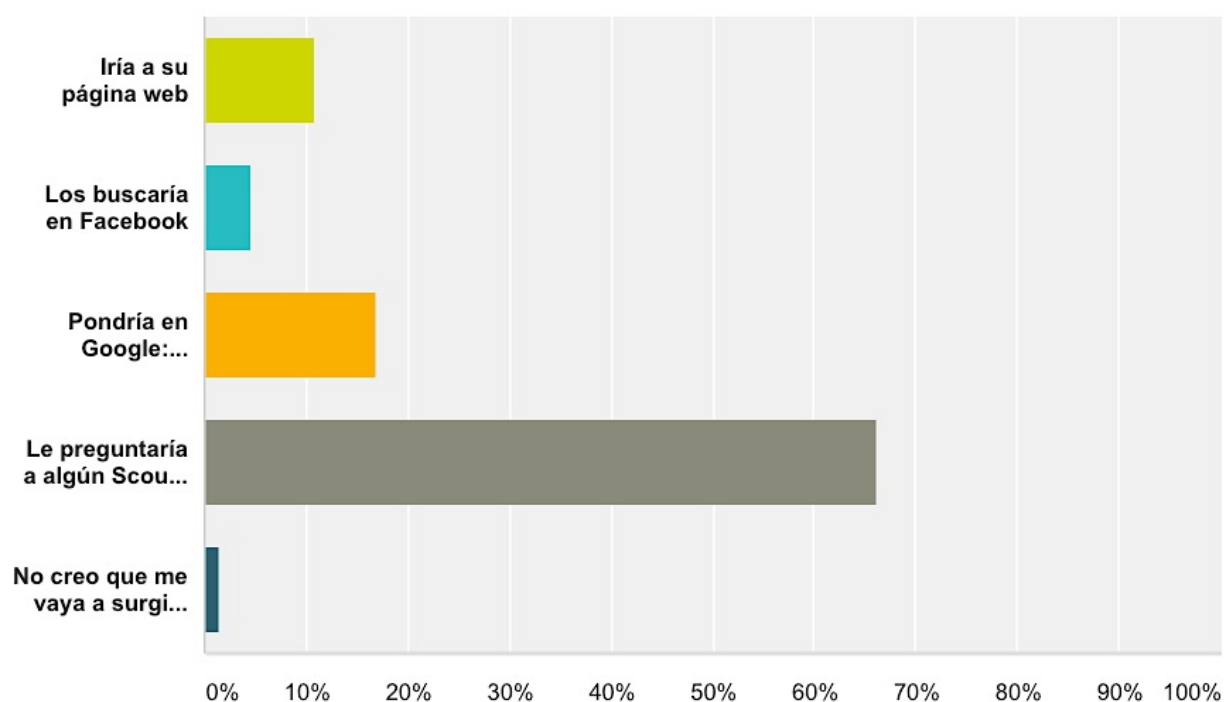
No, porque no he sabido que había scouts en España hasta hace poco, pensaba que era algo americano.
25/04/2016 11:20

9. ¿Alguna vez has visto algo publicado en las redes sociales sobre Scouts de Sevilla?



Opciones de respuesta	Respuestas	
▼ Sí, y lo he leído	18,46%	12
▼ Sí, pero no he prestado atención	29,23%	19
▼ No, nunca	52,31%	34
Total	65	

10. Si tuvieses curiosidad sobre los Scouts de tu zona, ¿dónde te informarías?



Opciones de respuesta ▼	Respuestas ▼
▼ Iría a su página web	10,77% 7
▼ Los buscaría en Facebook	4,62% 3
▼ Pondría en Google: "scouts"	16,92% 11
▼ Le preguntaría a algún Scout que conozco	66,15% 43
▼ No creo que me vaya a surgir interés por los scouts	1,54% 1
Total	65